UNA PUBLICACIÓN DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR
NÚM. 193 • MARZO DE 1993, MÉXICO. PRECIO PACTO N$2.50-$2,500

ISSN 0185-8874

revista del consumidor

Pruebas de calidad

- Lámparas fluorescentes ahorradoras de energía
- Humidificadores de aire

Infórmese y actúe

Día Mundial de los Derechos del Consumidor

SUMARIO

EDITORIAL
El derecho a la información
1

BUZON DEL CONSUMIDOR
2

EL TEMA DEL MES
Día Mundial de los Derechos del Consumidor
4

DERECHOS DEL CONSUMIDOR
Inmobiliarias: ¿ayuda para encontrar casa?
5

CAMPANAS
Déjese pescar por los productos del mar
9

ESTUDIOS
Calidad de humidificadores
12

LA SALUD Y SUS SERVICIOS
Si las vacunas no van a ti
16

Toallas y tampones
19

ALIMENTACION Y NUTRICION
Los insectos: alimento del pasado para el futuro
22

QUE HAY DETRAS DE...
Cuando los conciertos de rock llegaron a México
25

¿Laboratorios de bolsillo?
30

Te adquirí en un bazar
33

FOTORREPORTAJE
Consumiendo a la ecología
36

LOS SERVICIOS Y EL CONSUMIDOR
Academias de baile
38

QUE HAY DETRAS DE...
Que no lo duerman los colchones
41

CON-SU-PASATIEMPO
¿Qué tan buen consumidor es usted?
45

EL CONSUMIDOR EN EL MUNDO
47

PRUEBAS DE CALIDAD
Lámparas fluorescentes ahorradoras de energía eléctrica
I

EL DERECHO A LA INFORMACIÓN

Con esta edición celebramos con usted el Día Mundial de los Derechos del Consumidor. La globalización de las economías y las nuevas circunstancias del mercado internacional durante los últimos años, han permeado las demandas de las organizaciones de consumidores en las diversas latitudes del planeta.

La mayor apertura comercial ha alentado la expansión de instituciones y organismos que pugnan por la defensa de intereses de los consumidores en las distintas regiones.

Especialmente la Organización Internacional de Uniones de Consumidores (IOCU), a la que pertenece nuestra Procuraduría Federal del Consumidor, ha estimulado la realización de investigaciones destinadas a analizar el tema de las trasnacionales y su influencia en las diversas economías. Tal es el tema central de la conmemoración de este Día Mundial de los Derechos del Consumidor.

Una de las vertientes de ese fenómeno tiene mucho que ver con el derecho de los consumidores a conocer las características de calidad y seguridad de los productos que se distribuyen en el país. Es precisamente ésta una de las líneas que nos proponemos abordar con mayor énfasis en las siguientes ediciones de esta publicación, para cumplir con uno de los derechos básicos del consumidor: el derecho a la información.

revista del consumidor

Directorio

Director:
Lic. Alfredo Baranda García

Editor: Marco Antonio López Gallo; **Responsable de la Publicación**: Oscar Romero Rojas; **Responsable del Equipo Editorial**: Guillermo Torales Caballero; Responsable de Información: Juan Pedro Labastida; Responsable de Redacción: Dora Torres Ponce; Coordinación de Reporteros: Marta S. García; Reporteros: Guadalupe Cruz, Graciela Muñoz, Rodolfo Valadez; Corrección: Cristina Rodríguez, Leticia Muñoz.

Responsable del Equipo de Diseño: Alejandro Lobato Rosales; Diseñadores: Francisco Alatriste, Víctor Gutiérrez, Francisco Hernández, Fernando R. Molina; Apoyo Informático: Sandra Salgado; Tipografía: Ana S. Chio, Ma. Concepción Aguilar; Fotógrafo: Gonzalo Gutiérrez.

Ilustradores: Alfonso Orvañanos e Ismael García.

Teléfono de la revista: 559-73-77 exts. 262 ó 263. Para correspondencia, diríjase al editor de la **Revista del Consumidor**, en Insurgentes Sur núm. 1228, 5o. piso, c.p. 03200, o al A.P. 20600, México, D.F.

La **Revista del Consumidor**, es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. Sus oficinas se encuentran ubicadas en Insurgentes Sur núm. 1228, colonia Tlacoquemécatl del Valle, teléfono 559-73-77 (conmutador con 14 líneas directas). El contenido de los artículos publicados -firmados o no- refleja la filosofía y el criterio editorial de la revista. Esta publicación no acepta anuncios publicitarios, no recibe muestras de productos, ni se compromete de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. No autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.
Se autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.
Certificado de licitud de título núm 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos. Registro núm. 015-1176. Características 218621140. Distribución Nacional. **Tiraje: 55 mil ejemplares**. Impreso en los talleres. Complejo Editorial Metropolitano, S.A. de C.V., Bahía de Ballenas núm. 15, colonia Verónica Anzures, c.p. 11300 México, D.F.

Lectora agradecida

Revista del Consumidor:

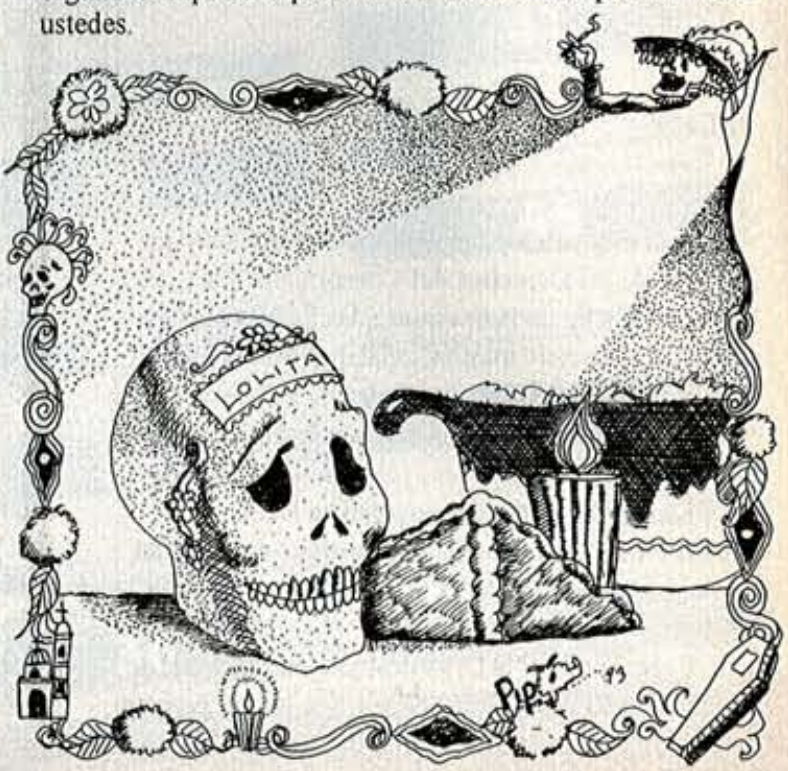
Les escribo para felicitarlos por su publicación que, aparte de amena e interesante, trata temas que en otras revistas no se abordan, como fue el caso de "Crónica viva del Día de Muertos".

A la espera de seguir disfrutando de información tan relevante, los apoyo por su esfuerzo en pro del consumidor.

Atentamente
Profesora Belén Alemán B.
Calle 5a. núm. 143
Guadalupe Victoria
Baja California
c.p. 21720

Profesora Alemán:

Sus palabras de aliento nos llevan a considerar que nuestra labor de informar, capacitar y orientar a los consumidores, incluso en aspectos culturales, como nuestras tradiciones y hábitos, tiene una amplia aceptación social, lo cual nos llena de orgullo e impulsa a profundizar nuestro compromiso con ustedes.



Con la música por dentro

Revista del Consumidor:

Me resulta muy grato felicitarlos por su publicación que es excelente, pues sus contenidos me son de gran utilidad. Quisiera aprovechar la ocasión para que me informen si han realizado estudios sobre guitarras eléctricas, así como la manera más recomendable para comprar una.

De antemano agradezco la atención que le brinden a esta carta y la información que me proporcionen.

Atentamente
Carlos M. Quezada Chagota
Emilio Carranza núm. 204
Colonia Centro
Salamanca, Guanajuato
c.p. 36700

Señor Quezada:

Agradecemos su atención e interés por la **Revista del Consumidor** y le informamos que en nuestra edición núm. 182 del mes de abril de 1992, se realizó un reportaje sobre guitarras eléctricas donde se recomienda comparar las características y precios de las que se comercializan. El tipo de aparato a elegir depende del uso al que será destinado y el estilo de música que piensa interpretar.

Debe saber que la "clave" del buen sonido de una guitarra está en las pastillas o *pick ups*. Usted puede adquirir el instrumento musical de calidad regular, pero con unas buenas pastillas el sonido será mejor.

Día Mundial de los Derechos del Consumidor

La importancia de ejercer nuestros derechos como consumidores cobra vital relevancia ahora que el mercado nacional se ve inundado por productos extranjeros que, lejos de ofrecer excelente calidad, provocan un desplazamiento de la industria nacional ante el impetuoso afán de las empresas transnacionales por ganar mercados.

Así, este 15 de marzo, instituido como el Día Mundial de los Derechos del Consumidor, se celebra un aniversario más con el tema "Las transnacionales en nuestro país".

Las transnacionales

Debido a la importancia de la globalización de la economía mundial, la Organización Internacional de Uniones de Consumidores (IOCU) está consciente de que cada día los problemas se internacionalizan con suma rapidez, de tal modo que se requieren respuestas afines a esa situación, las cuales deben ir encaminadas a la solución efectiva y real de los problemas que causan las empresas transnacionales en cada sitio al que llegan a instalarse.

Entre los efectos negativos que genera su presencia están:

- La pérdida de identidad nacional ante su fuerza.

- Pérdida de la identidad de la economía cuando los principales negocios de un país se hacen transnacionales, y ese dinero no conoce patria.

- En general, los monopolios utilizan su poder e influencia para comercializar productos en las naciones en vías de desarrollo, ya que en sus países de origen no se permite su venta debido a su peligrosidad o por resultar inútiles, como es el caso de muchos fármacos, plaguicidas, e incluso bebidas alcohólicas y cigarrillos.

Cabe mencionar que en los países tercermundistas ha crecido enormemente la publicidad de las diferentes transnacionales que, como estrategia de venta, aparentan la diversificación del mercado para hacer creer al consumidor que existen muchos productos y por lo tanto tiene la "opción" de elegir el mejor, pero en realidad se trata de un artículo de la misma empresa.

Además, un grave problema relacionado con el ámbito ecológico y las empresas de este tipo es que no se da ningún tratamiento a los desechos que en muchas ocasiones resultan ser tóxicos; asimismo, se ha observado que las áreas donde se instalan están completamente devastadas.

Para celebrar este día, la IOCU propone tomar conciencia en cada compra, porque ya no es suficiente que una persona reconozca la calidad de cierto producto, sino que también se dé cuenta a quién le da su voto de confianza al momento de consumir. Justamente con la apertura comercial y el Tratado de Libre Comercio, hoy más que nunca se impone un genuino reconocimiento a la importancia que tiene preferir los productos nacionales de buena calidad. ¡Sólo así se podrán ejercer los derechos del consumidor!

Rodolfo Valadez

Fuente: IOCU.

¿Ayuda para comprar casa?

Si piensa vender, comprar o rentar una casa, terreno o inmueble, y ha decidido hacerlo mediante un "corredor", vendedor de agencia o inmobiliaria, entonces le interesará leer esta información antes de hacer cualquier trato.

El problema de vivienda

Debido a la gran escasez de viviendas en el país y a lo "engorroso" de los trámites para comprar una casa, existen muchos prestadores de servicio especializados en "conseguir" viviendas o clientes para comprar y rentar, pero no todos son serios y el consumidor o cliente puede caer en trampas y fraudes si no conoce sus derechos.

Y como muestra de lo anterior, encontramos que en este rubro la Profeco aplicó 332 multas a proveedores en el periodo comprendido de enero a julio de 1992. Las principales causas de reclamación fueron:

- No se respetaron los términos del contrato
- Condominios inexistentes
- Incumplimiento en el servicio

- Cobro indebido
- Negación de documentos
- Escrituraciones ficticias por parte de las inmobiliarias
- No otorgan garantía
- Ofrecimiento de créditos hipotecarios fantasmas
- Negación a rescindir el contrato

Lo que son las inmobiliarias

Para que el consumidor tenga presentes sus derechos, es necesario definir lo que es una inmobiliaria.

Generalmente se conoce como inmobiliaria a los prestadores de servicio que funcionan como intermediarios entre aquellas personas que desean vender un inmueble y quienes pretenden adquirirlo. Al respecto, el licenciado Javier Lomelín Anaya, director de Planeación Estratégica y Nuevos Proyectos, Lomelín Corporación de Bienes Raíces, explica para nuestros lectores:

''Hay dos clases de inmobiliarias, **las desarrolladoras** o constructoras que compran terrenos y construyen para después rentar o vender; y las **de administración** o prestadoras de servicio que sirven de intermediarias entre quienes desean vender un inmueble y los posibles compradores, y/o administran inmuebles, ya sea para renta o en condominio.

''A su vez, las inmobiliarias que se dedican a la prestación de servicios normalmente se dividen, por un lado, en las especializadas en la administración de inmuebles, y por otro lado en aquellas cuya actividad prepronderante es la del corretaje o compraventa de bienes inmuebles.

''Las primeras, dedicadas a la administración, prestan este servicio ya sea para propietarios de inmuebles de productos, es decir, los que se dan en arrendamiento, y/o inmuebles bajo el régimen de propiedad en condominio.

''Respecto a las dedicadas a la compraventa o corretaje de bienes raíces, existen algunas que se especializan tanto en inmuebles (habitacional o comercial), como en la zona donde éstos se ubican.

''Al ser intermediarias, las inmobiliarias se convierten en 'prestadoras de servicios profesionales inmobiliarios', y es cliente tanto el que compra como el que vende, por lo que en toda contratación se deben especificar las obligaciones de aquel y las del prestador del servicio''

Antes de cerrar un trato infórmese y aclare sus dudas

La cuestión legal

Las relaciones entre el consumidor y las inmobiliarias se encuentran reguladas, en parte, por la nueva **Ley Federal de Protección al Consumidor**, que incluye todo un apartado referente al tema, además de otros artículos, como el 2 donde se define:

''I. Consumidor: persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios. No es consumidor

Proveedores con mayor número de multas

* Inmobiliaria García Espinoza
* Autoconstrucción S.A.
* VIDECO
* Desarrollo Programado
* Sociedad de Ayuda Mutua Lázaro Cárdenas
* Inmobiliaria L. R.
* M. Club Vacacional
* Promotora de Tiempos Compartidos
* Promotora de Vivienda Popular
* Adolfo López Mateos
* Desarrolladora de Vacaciones de Guerrero
* Bufete Intermex
* Cía. Operadora La Joya de Acapulco
* Costa México
* Vacaciones en la Playa
* Puerta del Mar

Además, fueron clausuradas las inmobiliarias Grupo Paseos, perteneciente al Grupo Renacimiento, Inmobiliaria Renacimiento y Torino Inmobiliaria, que integran las compañías inmobiliarias COBEN.

quien adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros;

"II. Proveedor: persona física o moral que habitual o reiteradamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios"

Por otra parte, el artículo 70 señala: "En los casos de compraventa a plazos de bienes muebles o inmuebles a que se refiere esta ley, si se rescinde el contrato, vendedor y comprador deben restituirse mutuamente las prestaciones que se hubieren hecho. El vendedor que hubiera entregado la cosa tendrá derecho a exigir por el uso de ella el pago de un alquiler o renta y, en su caso, una compensación por el demérito que haya sufrido el bien.

"El comprador que haya pagado parte del precio tiene derecho a recibir los intereses computados conforme a la tasa que, en su caso, se haya aplicado a su pago"

Específicamente, las operaciones con inmuebles se definen en el capítulo VIII de esta misma ley. Leamos el artículo 73: "Los actos relacionados con inmuebles sólo estarán sujetos a esta ley cuando los proveedores sean fraccionadores o constructores de vivienda para venta al público, o cuando otorguen al consumidor el derecho a usar y disfrutar inmuebles durante periodos determinados o determinables. Asimismo, esta ley es aplicable a los arrendamientos de inmuebles destinados a la vivienda en el Distrito Federal, en cuyo caso el arrendatario se considerará como consumidor y el arrendador como proveedor"

Más adelante la ley menciona en su artículo 75: "En los contratos de adhesión relacionados con inmuebles, se estipulará la información requerida en el capítulo VII de esta ley: fecha de entrega, especificaciones, plazos y demás elementos que individualicen el bien. Los proveedores no podrán recibir pago alguno hasta que conste por escrito la relación contractual, excepto el relativo a gastos de investigación"

Y lo más importante se aborda en el artículo 76: "La Procuraduría podrá promover ante la autoridad judicial cuando vea amenazado el interés jurídico de los consumidores, el aseguramiento

de los bienes a que se refiere este capítulo, en aquellas operaciones que considere difícil o imposible el cumplimiento, mientras subsista la causa de la acción''.

Además, el consumidor puede pedir la rescisión o la reducción del precio, y en cualquier caso, la indemnización por daños y perjuicios cuando la cosa u objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos que la hagan impropia para los usos a que habitualmente se destine o que disminuyan su calidad o la posibilidad de su uso. Cuando el consumidor opte por la rescisión, el proveedor tiene la obligación de reintegrar el precio pagado (así lo garantiza el artículo 82).

Si el casado casa quiere...

Para tener calidad

El licenciado Javier Lomelín agrega que además de lo que especifica la **Ley Federal de Protección al Consumidor** y el Código Civil de cada estado, una buena inmobiliaria debe cumplir con los requisitos legales de arrendamiento, compraventa o reglamentos de condominio, el impuesto sobre la renta, así como la cuestión contable y fiscal.

Es decir, que orientará a sus clientes para llevar a cabo la mejor adquisición o venta, por ello el consumidor debe buscar inmobiliarias establecidas que muestren su Registro Federal de Causantes.

''El prestador del servicio debe ser un especialista en el tipo de corretaje que requiere el cliente (comercial o habitacional), así como en el rango y la zona'', puntualiza el entrevistado.

Es importante saber que cuando el cliente desea vender, hace un contrato de por lo menos tres meses en exclusividad con la inmobiliaria, en el que se especifican los términos de la operación y la inmobiliaria cobra entre cuatro y seis por ciento de comisión por la venta.

"Debe tenerse cuidado con el sobreprecio, advierte; es decir, cuando se fija un precio sobre el bien y se permite que la inmobiliaria lo venda en un precio superior, quedándose ésta con la diferencia; esto es inusual, siempre se debe pactar un porcentaje específico, sea una inmobiliaria intermediaria o administradores", subraya el licenciado Lomelín.

Si usted desea vender, comprar o arrendar un inmueble, antes de tomar una decisión verifique el comportamiento de la inmobiliaria con la que hará el trato en la Procuraduría Federal del Consumidor, Departamento de Contratos de Adhesión, o en la Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios (AMPI), donde tienen un control o registro de las empresas que pueden servirle a usted.

Marta S. García

Fuente: Profeco.

Llegó la Cuaresma

En esta Cuaresma, al igual que durante todo el año, el pescado es una buena opción para variar la dieta diaria. Una de las principales virtudes de este alimento es que cualquier especie aporta el mismo valor nutritivo. Esto significa que al comer un producto del mar -sin fijarnos en su precio- estamos ingiriendo proteínas, hierro y vitaminas del grupo B de gran calidad.

Una lista muy variada

Ésta es la oportunidad para buscar pescado barato. Generalmente los productos más consumidos tienen precios muy elevados o poco accesibles, pero usted tiene la oportunidad de influir para contrarrestar el comportamiento irregular de los precios que están determinados por la gran demanda de unas cuantas especies. ¿Cómo? Muy simple, comprando aquellas más baratas.

A continuación le proporcionamos una lista de algunas de ellas.

Bagre

Su carne es de color entre blanco y amarillo, de consistencia firme y con espinas fáciles de separar. Contiene una sustancia que puede amargar el platillo, por ello se recomienda frotarlo con limón antes de guisarlo y dejarlo reposar durante una hora.

El bagre contiene un tipo de grasa muy recomendable para la salud, así como calcio y niacina (vitamina que ayuda a los nervios); aporta proteínas indispensables para mantener los músculos y órganos internos en buen estado.

Cuando no es fresco, se reconoce fácilmente por su olor desagradable y porque la carne se torna flácida. Si al abrir la cavidad abdominal las vísceras son de color oscuro pardo o verdoso, no debe consumirse.

Puede prepararlo en filete empanizado, capeado, frito o en sopa. Dado que es un pez de agua dulce, su disponibilidad es amplia y a bajo precio. Recuerde que tiene un alto valor nutritivo.

Sierra y peto

Son pescados muy carnosos, su pulpa es de color blanco lechoso o amarillento, sin espinas; su color es

azul plateado o gris. La sierra, además de su tono azulado, presenta motas amarillentas en los costados.

Ambos se distinguen fácilmente porque en el borde inferior muestran unas pequeñas aletas que se asemejan a una sierra, y la cabeza es puntiaguda con dientes finos y afilados. La sierra es más chica que el peto, mide de 50 a 70 centímetros.

De igual manera que el bagre, su carne es rica en proteínas, vitamina A y niacina, necesaria para el óptimo funcionamiento del sistema nervioso y óptico. La piel de estas especies es tersa, de apariencia fresca y brillante, sin escamas, de consistencia firme, ojos cristalinos, agallas rojas, de olor fresco y agradable.

Mojarra

Como todos los pescados, la mojarra es una estupenda fuente de proteínas necesarias para el crecimiento y desarrollo del organismo, así como en la formación de músculos y la protección contra enfermedades.

Si usted se anima a consumir mojarra la encontrará entera, fresca, congelada o en filetes; cuando está bien frita, hasta las espinas se pueden comer. Es fácil comprobar si es fresca, pues tiene ojos cristalinos, piel brillante, branquias rojas, textura firme, escamas bien adheridas y olor fuerte.

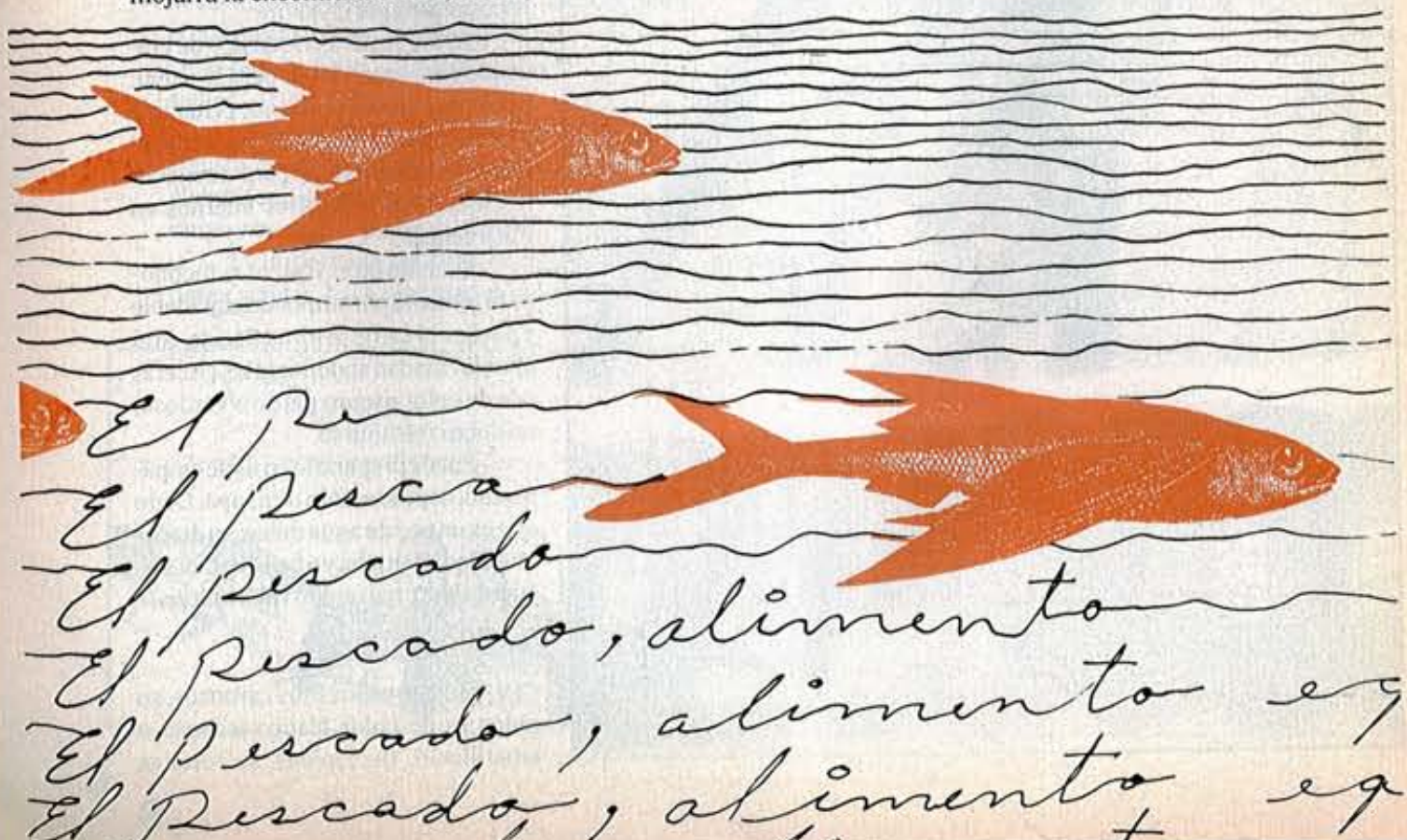
Atún

Existen principalmente dos tipos de atún: el aleta amarilla y el aleta azul.

Aleta amarilla: es considerado como uno de los más finos; su dorso es color azul oscuro, casi negro, y el vientre plateado; las aletas son de un tono amarillo intenso con los bordes negros y de escamas frágiles. Se vende fresco, fileteado, congelado o enlatado. Su carne es firme, abundante, sin espinas y compacta, de un color rosado tenue hasta el rojo oscuro.

Aleta azul: su dorso es azul oscuro, los costados y el vientre son plateados y con escamas; se vende enlatado, fresco o congelado. Su carne es firme, compacta, sin espinas y de color rojo; tiene un alto contenido de grasa. También se le conoce como atún rojo.

En espera de usted



De vez en vez, cómase su pez

Si lo adquiere congelado debe verificar que el envase sea sólido, esté herméticamente cerrado y que el producto no despida malos olores ni tenga partes blandas o manchas.

Cuando compre atún enlatado, cuide que la lata no presente signos de oxidación, ya sea en las tapas o en la costura lateral; tampoco debe estar abombada ni golpeada o abollada. La etiqueta debe informar acerca del contenido neto, precio y medio en que se presenta el atún: aceite o jitomate.

Recuerde que una vez abierta la lata debe vaciarse el contenido en recipientes de plástico o vidrio y mantener en refrigeración el sobrante.

Charal blanco

En pocos países pueden darse el gusto de disfrutar unos taquitos de charal frito con guacamole y limón. ¡No se quede con el antojo y compre ahora mismo sus charalitos! secos, empanizados, frescos o enchilados y déle la sorpresa a su familia.

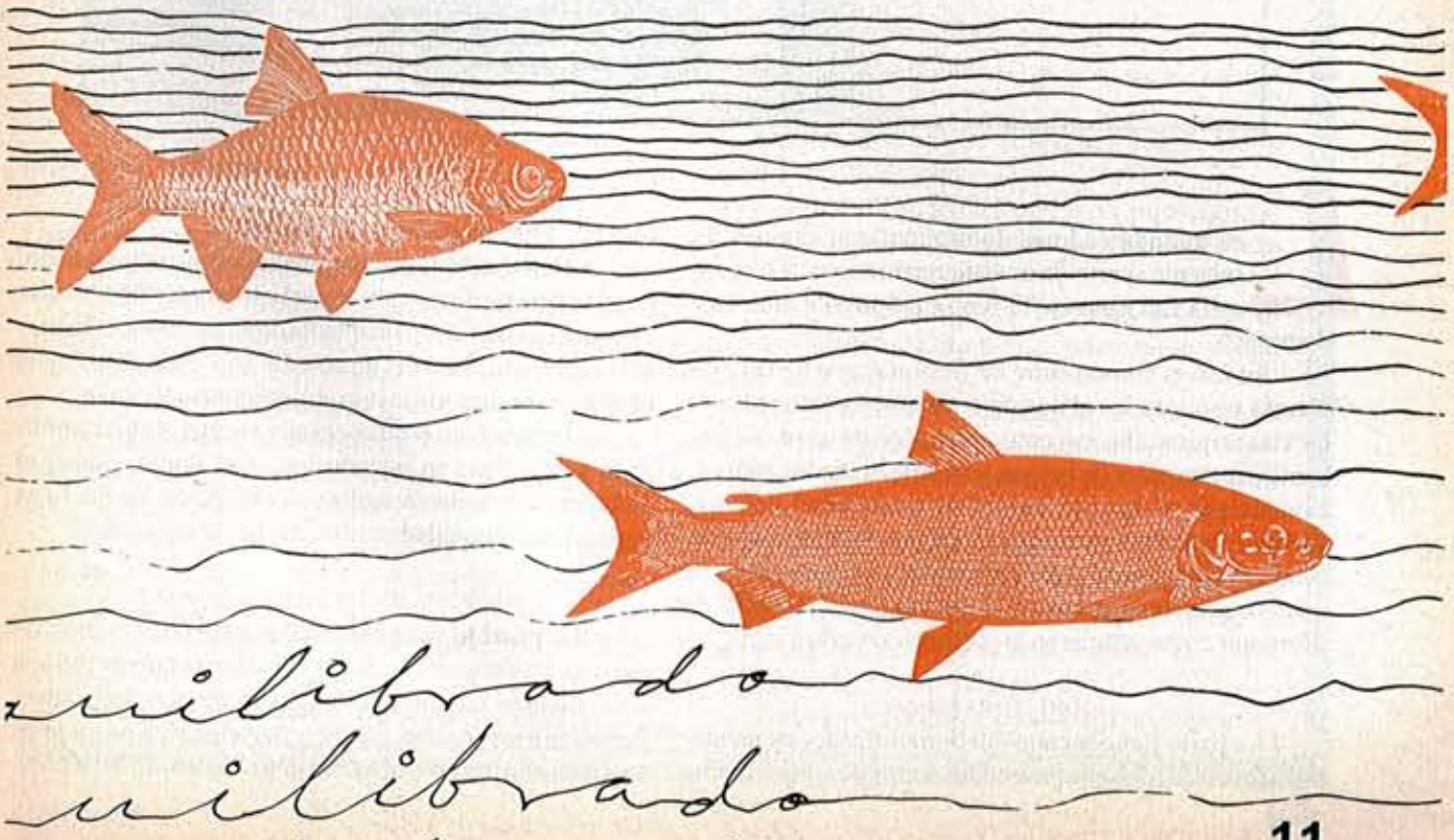
Los charales son pescados pequeños de cinco a diez centímetros, delgados, de color blanco plateado y aunque tienen espinas, éstas se pueden comer sin ningún problema. Secos se conservan en buen estado entre seis y ocho meses.

Como es un pescado que se come entero, el charal brinda al organismo una gran cantidad de proteínas, vitaminas y minerales, que se concentran cuando se consume seco. Sus principales aportes son vitamina B1, B2 y niacina, necesarias para el buen funcionamiento de los nervios y la piel.

Este pescado da al organismo el mayor porcentaje de calcio, por eso es muy recomendable para las mujeres embarazadas, lactantes, niños y ancianos.

En fin, como puede usted ver, las opciones para consumir pescado esta Cuaresma son múltiples. Sólo es cuestión de comparar precios y calidad antes de comprar. Consulte las carteleras de precios; en caso de abusos, denúncielos ante la oficina de la Profeco más cercana a su domicilio.

Fuente: Secretaría de Pesca.



Pruebas de calidad de humidificadores

Los humidificadores domésticos son equipos de reciente aparición en el mercado nacional que día a día van ganando terreno en el ámbito médico y doméstico.

Su uso es común entre las personas que tienen problemas respiratorios al dormir o están congestionadas de las vías respiratorias, así como para obtener un mejor ambiente en el interior de la casa, ya que la humedad proporcionada por el aparato reduce la resequedad del aire, evitando la deshidratación de la piel; también son de gran ayuda en climas muy secos para evitar que los muebles de madera presenten grietas o deformaciones, además de disminuir cuarteaduras en los techos y paredes.

Cómo funcionan

La parte fundamental del humidificador es un atomizador centrífugo que produce en forma mecánica un fino rocío de agua en grandes cantidades.

Su sistema de operación cuenta con un motor sellado, el cual opera un disco y un pequeño tubo succionador que extrae el agua desde un recipiente de almacenamiento hasta la superficie plana del disco rotatorio. Éste arroja agua produciendo su atomización en diminutas partículas.

Al entrar bajo el disco, el aire recoge el agua atomizada y hace que se introduzca en el ducto, donde el ambiente circundante agiliza la absorción de las finas partículas de humedad producidas por el atomizador.

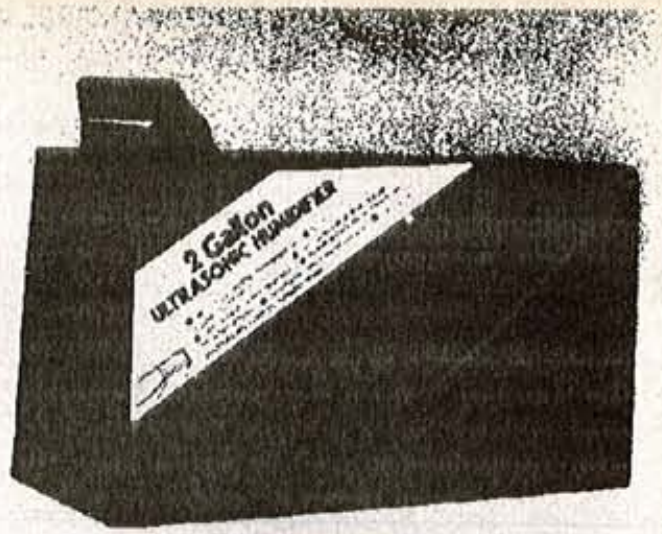
Cómo se hicieron las pruebas

Las pruebas se aplicaron con base en el criterio de nuestros investigadores, debido a que no se cuenta con una normatividad para humidificadores de tipo doméstico. Respecto a las pruebas de seguridad eléctrica, se tomó en cuenta la Norma Oficial Mexicana NOM-J-152-1987.

Marcas y modelos analizados

Las marcas analizadas fueron las más representativas dentro del mercado nacional:

Marca	Modelo	País de origen
Bionaire	*BT-201*	Corea
Holmes Air	*HM-500*	Taiwán
Kaz	*Dinamyst 370*	E.U.
Robeson	*3018*	Taiwán
Sun-Shine	*RUH-101*	Taiwán
Tatung	*TUH-421T*	Taiwán



Estos productos deben incluir:

- Instructivo en idioma español, así como la información referente al uso, conservación, mantenimiento y leyendas precautorias.
- Garantía que especifique claramente la vigencia, cobertura, condiciones para hacerla efectiva, así como los casos que la hacen nula, sin olvidar la(s) dirección(es) de los centros de servicio para hacerla efectiva.

Otros aspectos sujetos a examen fueron :

- Información al consumidor
- Consumo de agua (l/h)
- Eficiencia
- Seguridad eléctrica
- Costo por consumo de energía y
- Tiempo máximo de uso continuo

Recomendaciones de uso

- No llene el recipiente de agua hasta su máxima capacidad.
- Use agua limpia y fría al llenar el tanque.
- No mezcle productos medicinales, detergentes o perfumes en el líquido del humidificador.
- No utilice la unidad si la boquilla direccionadora de la salida de niebla no está en su lugar.
- La temperatura del agua no debe exceder los 40 grados centígrados.
- No sitúe el aparato en áreas de alta temperatura.
- No coloque nada sobre las boquillas, ni intente llenar o vaciar el tanque si el aparato está funcionando.
- Desconéctelo si no lo usa.
- Deseche diariamente el agua sobrante.
- Evite que la unidad permanezca cerca de aparatos electrónicos tales como videocaseteras, televisores, modulares, computadoras, etcétera.
- Evite en lo posible usar agua dura, ya que en algunas áreas contiene demasiados minerales y puede causar leves daños al humidificador.
- Ubíquelo a un nivel de 60 a 150 cm sobre el piso y retirado 1 m de las paredes.
- No dirija el rociador a los muebles o paredes.
- Proteja su aparato con alguna cubierta de tela cuando no lo use.

Recomendaciones de seguridad

- No encienda la unidad si el cordón o el enchufe están dañados.
- Cuando desconecte el aparato, hágalo de la clavija, NO jale el cordón.
- Apáguelo cuando no tenga agua, pues algunos modelos continúan funcionando aun cuando ésta se termina.
- No deje el humidificador encendido en un cuarto pequeño o cerrado porque la condensación puede manchar las paredes.
- En ciertos lugares donde el agua es dura posiblemente se acumule algún polvo blanco sobre los muebles. Esto no causa deterioro y se puede limpiar con un paño.
- Para evitar daños al humidificador:

a) No bloquee el atomizador si está funcionando.

b) No exponga el humidificador directamente a los rayos solares o en áreas de alta temperatura, como hornos de cocina y calentadores.

- No rocíe insecticidas alrededor del humidificador.

Criterio de ponderación

Prueba	Porcentaje
Eficiencia del humidificador	70
Costo por consumo de energía	15
Consumo de agua	10
Seguridad eléctrica	5
	100

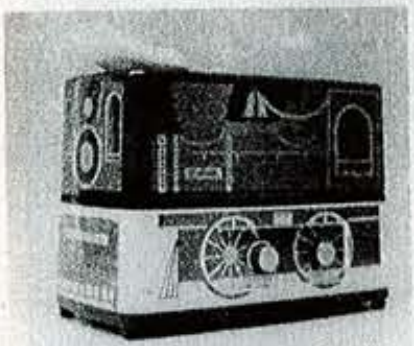
Consumo de agua

0.100 – 0.300 l/h ------ 100% ------ 10

0.301 – 0.500 l/h ------ 90% ------ 9

0.501 – 0.700 l/h ------ 80% ------ 8

Más de 0.701 l/h ------ 7



Eficiencia del humidificador

0:30 h ------ 1 h ------ 100% ------ 70 ------ Excelente

1:01 h ------ 2 h ------ 90% ------ 63 ------ Bien

2:01 h ------ 3 h ------ 80% ------ 56 ------ Regular

Seguridad eléctrica

Cumple ------ 5 ------ Excelente

No cumple ------ 0 ------ Deficiente

Ejemplo de evaluación

Prueba	Puntuación
Humidificador Robeson Mod. 3018	
Eficiencia del humidificador	70
Costo por consumo de energía	13.5
Consumo de agua	9
Seguridad eléctrica	5
	97.5

Costo por consumo de energía

1 – 2.5 (N$/h) ------ 100% ------ 15

2.51 – 3.5 (N$/h) --- 90% ------ 13.5

3.51 o más (N$/h) --- 80% ------ 12

TABLA GENERAL DE HUMIDIFICADORES

MARCA		ROBESON	BIONAIRE	SUN-SHINE	KAZ	HOLMES - AIR	TATUNG
MODELO		3018	BT-201	RUH-101	DYNAMIST 370	HM-500	TUH-421T
PAIS DE ORIGEN		TAIWAN	COREA	TAIWAN	E.U.	TAIWAN	TAIWAN
INFORMACION AL CONSUMIDOR		COMPLETA	INCOMPLETA (INGLES)	COMPLETA	COMPLETA	COMPLETA	COMPLETA
INSTRUCTIVO		CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE
GARANTIA		1 AÑO	1 AÑO	1 AÑO	1 AÑO	1 AÑO	1 AÑO
CARTUCHO DESMINERALIZADOR		OPCIONAL	INCLUIDO	OPCIONAL	NO USA	OPCIONAL	OPCIONAL
PRODUCE NIEBLA (SI/NO)		SI	SI	SI	NO	SI	SI
SENSOR DE HUMEDAD (SI/NO)		SI	SI	SI	NO	SI	NO
CAPACIDAD (l)		7.5	5	4.3	4.3	7.5	3.3
CONSUMO DE AGUA (l/h)		0.5	0.448	0.388	0.174	0.357	0.41
TIEMPO MAXIMO DE USO CONTINUO (h)		15	11	11	25	21	8
EFICIENCIA		□	□	◧	◧	◧	◧
SEGURIDAD ELECTRICA		□	□	□	□	□	□
COSTO POR CONSUMO DE ENERGIA (N$/h)		3.45	3.37	2.77	1.57	3.15	3.07
POTENCIA	INDICADA (watts)	42	50	45	60	40	45
	VERIFICADA (watts)	46	45	37	21	42	41
EVALUACION GLOBAL DE CALIDAD		98	98	91	86	84	84
PRECIO	N$	273.00	659.40	230.70	128.00	249.00	251.00
	$	273,000	659,400	230,720	128,000	249,000	251,000

* Precios investigados durante el mes de diciembre de 1992.

□ EXCELENTE ◧ BIEN ■ REGULAR ■ DEFICIENTE

Características

Existen aparatos que contienen controles como el sensor de humedad y el de niebla, que permiten tener un mejor manejo, a diferencia de aquellos que no los poseen.

Los humidificadores con controles no son ruidosos y tienen la ventaja de variar su flujo de niebla y humedad, aunque su costo es mayor.

En cuanto a la capacidad de agua en los humidificadores medianos y pequeños no existe una diferencia relevante, ya que la elección depende del tiempo de operación deseado.

Comentarios

- El humidificador marca **Robeson** modelo *3018* obtuvo 98 puntos, por lo que se ubicó en primer lugar dentro de la tabla comparativa. Este modelo no alcanzó la máxima calificación debido a que perdió dos puntos en la prueba de costo por consumo de energía. Además cuenta con un control de niebla, control-sensor de humedad y boquilla direccional a 360° que permite dirigir la salida de niebla.

- **Bionaire** *BT-201* también logró una evaluación global de 98 puntos, ya que se restó un punto en la prueba de consumo de agua y otro en la prueba de costo por consumo de energía. Presenta control de niebla y control-sensor de humedad; asimismo, trae un cartucho desmineralizador de agua y una boquilla giratoria a 360° con dos ranuras para la salida de niebla. No incluye instructivo ni indicaciones en español.

- El aparato **Sun-Shine** modelo *RUH-101* sumó 91 puntos; perdiendo siete en la prueba de eficiencia y uno en la de consumo de agua. Tiene control de niebla, control-sensor de humedad y aditamento giratorio a 360° para direccionar la salida de niebla.

- La marca **Kaz** *Dynamist 370* calificó con 86 puntos. Perdió 14 puntos en la prueba de eficiencia y un punto en la de consumo de agua; cuenta con salida de niebla, control-sensor de humedad y boquilla direccionadora a 360° de la salida de niebla.

- El humidificador **Tatung** *TUH-421 T* sumó 84 puntos. Se le restaron 15 puntos en la prueba de eficiencia y un punto en la prueba de consumo de agua. Cuenta con control de densidad de niebla y boquilla direccionadora a 360° de la salida de niebla; como característica particular su diseño es en forma de tren.

Fuente: Profeco.

Si las vacunas no van a ti...

Prevenir con éxito las enfermedades transmisibles que pueden evitarse por medio de la vacunación, depende exclusivamente del sentido de responsabilidad, cuidado, cariño y dedicación que los adultos sean capaces de brindar a los niños: vacúnese contra la irresponsabilidad y proteja la salud de sus hijos.

Todos los niños, todas las vacunas

El doctor Ignacio Guzmán Carduño, secretario técnico del Consejo Nacional de Vacunación (Conava), comenta a la **Revista del Consumidor**:

Vacúnese contra la irresponsabilidad

"El análisis del panorama epidemiológico de las enfermedades prevenibles por vacunación en México, pone de manifiesto los avances que se han logrado en el control de éstas. Sin embargo, los resultados obtenidos a través de la Encuesta Nacional de Cobertura de Vacunación, realizada durante los dos últimos años, muestran que aun cuando los promedios nacionales de cobertura pueden considerarse en algunos casos satisfactorios, existen disparidades importantes entre zonas urbanas y rurales, así como en las distintas regiones del país, entre los diferentes grupos de edad y, especialmente, entre los diversos estratos socioeconómicos que conforman nuestra sociedad.

"El Programa de Salud 1990-1994 -continúa el directivo del Conava- considera a la vacunación universal como una de sus acciones estratégicas, pues con ella se logró cubrir el esquema básico de vacunación al 95 por ciento de la población mexicana menor de cinco años, incluyendo todas las condiciones socioeconómicas que existen en el país; se debe indicar que pese a las dificultades de dispersión poblacional y superficie topográfica que presentan los estados de Chiapas y Oaxaca, se alcanzó a cubrir un 90 por ciento de su población. Y por el contrario, hubo estados en los que se alcanzó hasta el 98 por ciento de su población como Aguascalientes, Coahuila, Colima y Morelos.

"Dicho esquema consiste en ocho dosis de vacuna de los cuatro grupos biológicos principales (tres de Sabin, tres de DPT, una de BCG y una Antisarampión) con lo cual se logrará, en términos de repercusión epidemiológica, la erradicación en nuestro país del poliovirus silvestre, la difteria, el sarampión, la tosferina, el tétanos neonatal y la tuberculosis meníngea".

¿Qué vacunas... dónde y cuándo aplicarlas?

Con el fin de alcanzar el objetivo fundamental del Programa de Vacunación Universal (PVU), es decir, que la totalidad de los niños menores de cinco años que viven en la República Mexicana sean vacunados para este año, se ha recurrido a diferentes estrategias que a continuación explica el doctor Guzmán Garduño:

1. Plan de Vacunación en las unidades de salud, denominado Programa Permanente: Los padres de familia pueden llevar a sus hijos, en cualquier día del año, a los centros de salud (ISSSTE, IMSS, SS, DIF) más cercanos a su domicilio.

2. Vacunación infantil masiva en los Días Nacionales de Vacunación.

3. Fases intensivas de vacunación contra el sarampión o con DPT (Triple).

4. Actividades de vacunación en torno a brotes epidémicos de poliomielitis, sarampión, difteria, tosferina y tétanos.

"Las vacunas podrán ejercer su función de protección -aclara nuestro entrevistado-, siempre y cuando se

Salud y vida, gota a gota

conserven en condiciones adecuadas y se apliquen en las dosis y con la periodicididad correctas:

Vacuna antipoliomielítica (Sabin): se aplican tres dosis, con intervalos de dos meses entre cada una, a partir de los dos meses de edad. Además, se administra una de refuerzo durante cada Día Nacional de Vacunación, hasta antes de los cinco años de edad.

Vacuna DPT (difteria, tosferina y tétanos): consta de tres dosis, con dos meses de intervalo entre cada una, a partir de los dos meses de vida; después se proporcionan dos de refuerzo, una a los dos años y otra a los cuatro años de edad.

Vacuna BCG (antituberculosis): se suministra una dosis al nacer el bebé o lo antes posible después de esta fecha.

Vacuna antisarampión: se requiere una dosis a los nueve meses de edad o lo antes posible después de esta fecha; además, es necesaria la revacunación a los seis años.

Vacuna toxoide tetánico: para proteger a los recién nacidos del tétanos neonatal es necesario proporcionarle a la madre dos dosis durante la gestación y un refuerzo alrededor del sexto o séptimo mes.

Programa permanente

"En México -añade el doctor Ignacio Guzmán Carduño-, el Programa Permanente funciona desde 1973; las cinco vacunas ya mencionadas se ofrecen de manera gratuita y permanente, durante los días hábiles del año, en todas las instituciones que conforman el Sistema Nacional de Salud, independientemente de que las personas estén o no aseguradas.

"Dicho programa es de enorme importancia para la protección de los infantes, ya que nos permite ofrecerles las vacunas el día que les corresponde, de acuerdo con su edad y en la dosis adecuada, evitando así exponerlos innecesariamente a distintas enfermedades.

"Ojalá que los padres entiendan que es prioritario llevar a sus pequeños a los centros de salud de acuerdo con las fechas señaladas en la Cartilla Nacional de Vacunación. Las visitas domiciliarias o las Campañas Nacionales de Vacunación deben considerarse únicamente como refuerzo".

Amigo consumidor, no exponga a sus hijos, llévelos a vacunar al Centro de Salud más cercano a su domicilio: las vacunas son gratuitas. En los hospitales privados también se aplican y dependiendo de la vacuna, el hospital y el pediatra, los costos varían entre 30 y 120 mil pesos por dosis.

¿Sus hijos están protegidos?, ¿tienen todas las vacunas?

Amalia Beltrán/Rodolfo Valadez

Fuentes: -Medicina Preventiva, IMSS.
-Consejo Nacional de Vacunación.

Toallas y tampones

Por una salud íntima femenina

Actualmente en el mercado podemos encontrar una gran diversidad de artículos que atienden las necesidades íntimas de la mujer. Nos referimos específicamente a las toallas sanitarias y tampones, productos higiénicos que alcanzan considerables ventas pero, ¿sabe cuál es su calidad?, ¿realmente ofrecen una completa seguridad para la mujer?

La **Revista del Consumidor** hizo suyas estas inquietudes y realizó una investigación periodística al respecto, tomando en cuenta el punto de vista médico y de manufactura.

Un uso adecuado

Como primer punto se debe hacer notar que el uso de toallas sanitarias y tampones debe ser el adecuado. El doctor Jorge Kunhardt, jefe de Ginecología del Instituto Nacional de Perinatología, nos comenta:

"Aunque parezca obvio, conviene reiterar que la función de las toallas sanitarias es la de recibir el escurrimiento menstrual: de acuerdo con el grado de absorción que posea la toalla, la mujer puede utilizarla algunas horas del día o de la noche.

"Un aspecto de suma importancia es la higiene personal de cada mujer, ya que la zona donde va colocada la toalla (genitales) favorece un estado de humedad permanente ocasionado por el flujo menstrual y el sudor. Tales condiciones crean un ambiente adecuado para el desarrollo de bacterias o gérmenes que pueden ocasionar irritaciones o infecciones a veces graves y molestas".

Nuestro entrevistado señala que los tampones tienen características especiales y agrega: "Algunas mujeres piensan que los tampones sólo son apropiados para quienes llevan una vida sexual activa; también hay temor de que al introducirse en la vagina más de lo debido ya no puedan extraerse. Ambas creencias son falsas ya que toda mujer puede hacer uso de estos productos sin que exista riesgo alguno de dañar su anatomía.

"No obstante los tampones deben cambiarse con regularidad, ya que de no hacerse así podrían presentarse problemas de salud, en tanto que evitan que el sangrado salga normalmente hacia el exterior, ocasionando un reflujo que se dirige a las trompas y esto es una de las causas de la enfermedad llamada endometriosis".

Auxiliar en la higiene femenina

También se ha detectado cierto

tipo de alergias que provocan algunos de los materiales de absorción, y que se manifiestan como pequeñas úlceras en la vagina y pudieran ser fuente de infecciones importantes.

Asimismo estos productos contienen un instructivo que especifica con detalle la forma de uso del tampón, además menciona una enfermedad llamada Síndrome de Choque Tóxico (TSS) que puede ocurrir entre mujeres que usan tampones.

Los síntomas de este padecimiento incluyen fiebre alta y repentina (más de 39 grados centígrados), vómito, diarrea, una erupción parecida a quemadura de sol, mareos y desmayos. Por lo tanto en caso de experimentarlos, hay que extraer el tampón a la brevedad posible y acudir al médico inmediatamente.

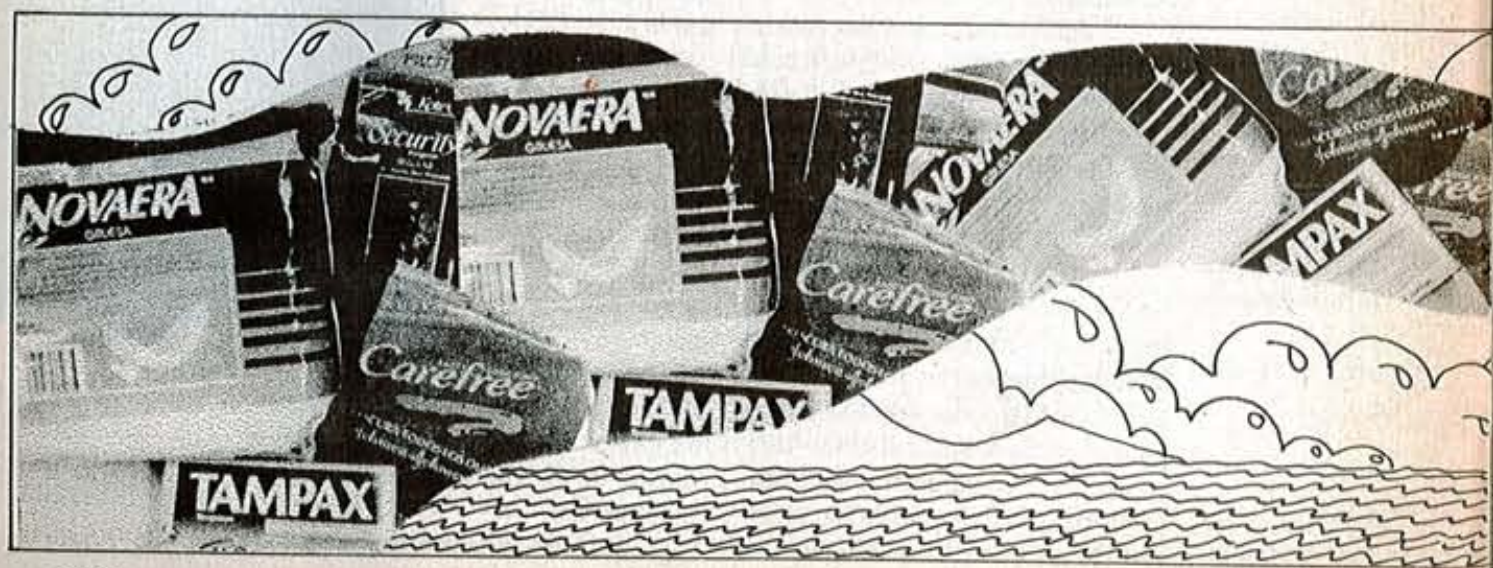
Materia prima de alta pureza

Para la fabricación de dichos artículos se debe contar con un estricto control de calidad que garantice la seguridad en su empleo. La compañía **Kimberly Clark de México** abre las puertas a la **Revista del Consumidor** para que ustedes, amigas lectoras, conozcan cuál es el proceso de fabricación de estos productos y las técnicas de control de calidad.

La licenciada Graciela Ancona, funcionaria de Kimberly, refiere: "Los materiales utilizados para la fabricación de las toallas sanitarias son en su mayoría importados de Estados Unidos y Canadá; el primero es un material absorbente de alta pureza (celulosa química de madera blanqueada con alto contenido de alfacelulosa) que se emplea especialmente para determinar la capacidad de absorción de las toallas.

"Para las cubiertas se utiliza el *termobonded*, que consiste en una tela no tejida, fabricada a partir de fibras de polipropileno y papel *tissue* (ambos de fabricación nacional con insumos de importación); otros materiales son una película de polietileno, algunos tipos de adhesivos y diferentes materias primas para el empaque de las toallas, todos de fabricación nacional.

"Para los tampones se requieren muy pocos elementos: sólo un material absorbente de fibra de rayón derivado de la celulosa; el hilo que facilita su extracción y el aplicador que consta de un tubo de plástico diseñado para facilitar su inserción".



Control de calidad para su seguridad

Es indispensable un buen control de calidad para obtener un producto final de excelencia; sobre el tema nos comenta el ingeniero José Antonio Lozano, gerente de Investigación y Desarrollo de Kimberly Clark:

''Hay tres procesos fundamentales en los que **Kimberly** basa su control de calidad:

1. Control del proceso desde la selección de materias primas; supervisión del funcionamiento de las máquinas y del personal que las opera. De todo ello se lleva un registro estadístico para asegurar que exista consistencia en el método.

2. El siguiente paso es lo que llamamos control de calidad en la línea, y consiste en evaluar continuamente el producto que sale de las máquinas con personal capacitado que revisa las muestras cada dos o tres minutos.

3. La última fase la efectúa el departamento de Aseguramiento de Calidad, con una segunda revisión considerando un muestreo por lotes, es decir, se toma una muestra selectiva analizando todas las características del producto (dimensiones, peso y aspectos funcionales).

''El proceso de fabricación, desde el personal que interviene hasta las instalaciones, son supervisadas por la Secretaría de Salud para garantizar que el producto final cumpla con las normas sanitarias vigentes en el país. Adicionalmente la empresa cuenta con asesoría tecnológica en materia de manufactura, funcionalidad y diversos aspectos médicos a nivel internacional.

"Para el control de calidad de los tampones, el proceso es similar aunque más minucioso''.

Satisfacer necesidades

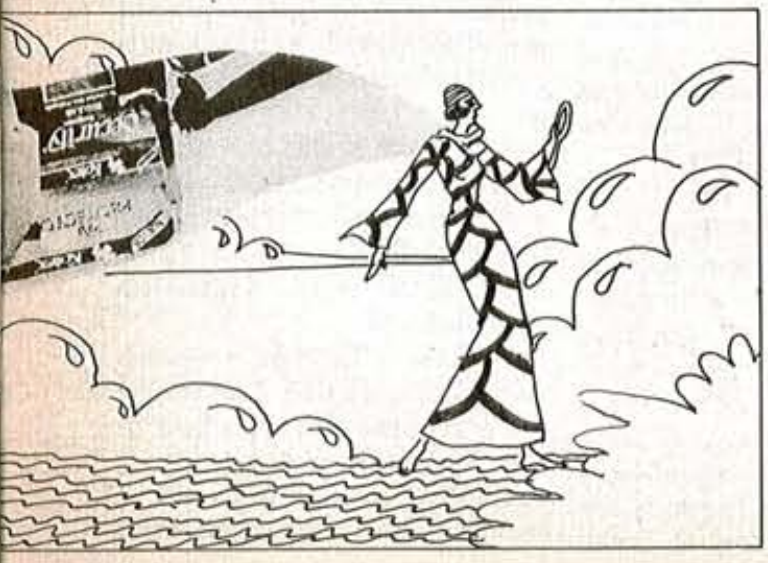
La licenciada Graciela Ancona menciona que ''el mercado de toallas sanitarias y tampones ha crecido en relación con la educación que recibe el sector femenino respecto a los hábitos higiénicos y de salud. Para satisfacerlo, México tiene capacidad instalada y producción más que suficiente para abastecer las necesidades presentes y las de mediano plazo''.

Asimismo, el ingeniero Lozano indica: ''Este mercado se ha ido segmentando si se habla de hace 10 ó 15 años, pues sólo una o dos marcas fueron mayormente aceptadas por las consumidoras; ahora el avance ha sido fuerte y orientado a satisfacer las necesidades de cada sector''.

Amiga consumidora, éste es el panorama que se presenta alrededor de dichos productos, ¿alguna marca satisface sus necesidades?

Graciela Muñoz

Fuentes: *-Hospital Nacional de Perinatología.*
-Compañía Kimberly Clark de México.



Los insectos

U pasado

El hambre, junto con la guerra y la enfermedad, es un problema que no ha tenido una solución viable hasta el momento. Un ejemplo de ello es la hambruna constante que han soportado los países del llamado tercer mundo, donde el consumo de los alimentos tradicionales se ve mermado por causas tanto económico-políticas como de índole ambiental.

De acuerdo con estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el mayor porcentaje de muertes del tercer mundo se registra en la niñez a consecuencia de la desnutrición. A pesar de que se conoce el problema, al parecer no hay una solución inmediata a tan grave situación. Sin embargo, algunos investigadores han volteado la mirada a una especie muy común y abundante de alimento: los insectos.

Rico en proteínas

En México desgraciadamente se siguen presentando casos de desnutrición, principalmente en las áreas más pobres como las rurales o semiurbanas. Esto se debe en mucho a la falta de recursos económicos de los consumidores, o bien a una deficiente educación nutricional. Estadísticas de la FAO revelan que existe un cuadro general de mala alimentación, con un promedio diario de ingesta de proteína animal per cápita de 3 a 5 g, siendo el parámetro internacional de por lo menos 60 g.

Ante esta insuficiencia nutricional, la doctora en biología responsable del Departamento de Zoología del Instituto de Biología de la UNAM, Julieta Ramos Elordy, expone a la **Revista del Consumidor**:

"Una de las grandes ventajas alimenticias que poseen los insectos es que se consume toda su biomasa. Es decir, ninguna parte de su cuerpo se desperdicia, como suele suceder en los vertebrados; vamos a consumir el

n alimento del para el futuro

**Una mañana, tras agitado sueño,
Gregorio Samsa amaneció
transformado en insecto.**

La metamorfosis, Franz Kafka

cien por ciento de su materia, lo cual los sitúa en la clasificación de concentrados proteínicos.

"Su contenido en proteínas es muy superior al de la carne de res, puerco, ave o pescado, porque todo el insecto está constituido por proteínas que oscilan generalmente entre un 30 y un 81 por ciento. O lo que es lo mismo, tres cuartas partes de un gramo son proteína. También proporcionan calorías, contienen minerales como potasio, calcio, sodio, zinc, magnesio y cantidades elevadas de vitamina B.

"Los insectos brindan más calorías que la carne de pollo, tres veces más que la de res, y 50 por ciento más que la soya. Asimismo proporcionan una alta cantidad de energía; esto resulta muy significativo para la gente de zonas rurales o estratos sociales bajos, donde existe una deficiencia en proteínas y calorías".

No es nada aventurado pensar que dentro de nuestra dieta diaria contemplemos en un futuro el consumo de insectos. Sólo es cuestión de tiempo y de hábitos. Al respecto comenta nuestra entrevistada, la doctora Ramos:

"En este momento somos poco sensibles a considerar dentro de nuestra alimentación a los insectos sin pensar que se trata solamente de un platillo exótico, sino de un producto natural indispensable para la obtención de diversos nutrimentos".

Un legado del pasado para el futuro

En la actualidad los insectos no son considerados como alimento por la generalidad de la población consumidora, sin embargo su consumo ha sido un hábito ancestral en nuestro país.

Al respecto, el antropólogo Rodrigo Chávez, catedrático de la Escuela Nacional de Historia y Antropología del INAH, menciona:

"Las culturas prehispánicas tenían un profundo conocimiento de los insectos: toda el área era proclive al estudio taxonómico de esta clase de invertebrados con vocablos específicos para designar grupos y especies diferentes, así como descripciones de sus costumbres y métodos de reproducción.

"Entre los antiguos mexicanos -apunta el antropólogo Chávez- el conocimiento biológico fue parte de su cultura, aunque aquel estaba permeado por una concepción mágico-religiosa de la que aún quedan vestigios y cuyo estudio debe ser una atractiva fuente para conocer una parte importante de nuestra herencia.

"México es uno de los lugares que cuenta con mayor diversidad de insectos y variedad de su consumo. Haciendo un cálculo aproximado hay 120 mil especies; de ellas, 306 son comestibles, desde el exquisito y carísimo gusano de maguey que, paradójicamente, se consume con regularidad en las zonas más pobres del país, no por 'esnobismo' sino como parte fundamental de su dieta alimenticia, hasta el modesto chapulín, igualmente delicioso.

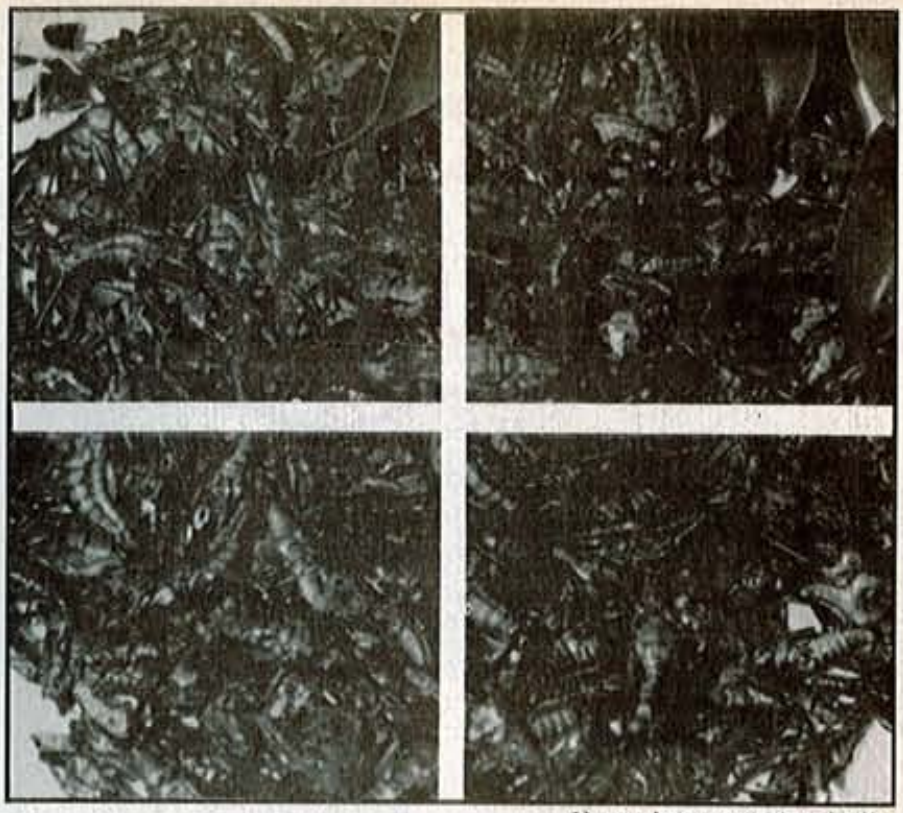
"También encontramos el 'ahuahutle' (la puba de la chinche acuática), los famosos jumiles, las larvas de hormiga, avispas, chiquiliques y cuetlas, entre otras especies conocidas".

Coincidiendo con el antropólogo Chávez, la doctora Julieta Ramos subraya:

"Nuestros antepasados no se equivocaron al considerarlos como alimento, ya que comparados con otros productos su valor nutricional es muy alto. Por ejemplo, los chapulines, chinches acuáticas, moscas, mariposas, abejas y hormigas comestibles, sólo son superadas por la leche y el huevo; además tienen fibra cruda y aminoácidos esenciales para una buena digestión, de lo cual carece la leche".

Otras verdades sobre los insectos

Los insectos tienen, aparte de su valor nutricional, una importancia capital en la vida del hombre. Son útiles para el cultivo, pues sin la polinización que ellos realizan, muchos cultivos no darían frutos; sin los insectos tampoco tendríamos seda, laca, cera, miel o grana, que es un colorante que se extrae de la cochinilla del nopal. En este sentido, la doctora Ramos Elordy comenta:



Un suculento y nutritivo platillo

"A partir de 1940, fecha en que se descubrieron los sintéticos, aparecieron los insecticidas. Las compañías preocupadas por vender sus productos han creado una paranoia en contra de los insectos, sin ponerse a pensar que constituyen, sobre todo en el medio rural, un complemento en la alimentación del hombre.

"Existe una concepción negativa que lleva al rechazo y a la franca repugnancia hacia estos animales, especialmente debido al bombardeo publicitario al que estamos expuestos con mensajes que tratan a los insectos en forma negativa (como plagas, entes patógenos y habitantes de la basura).

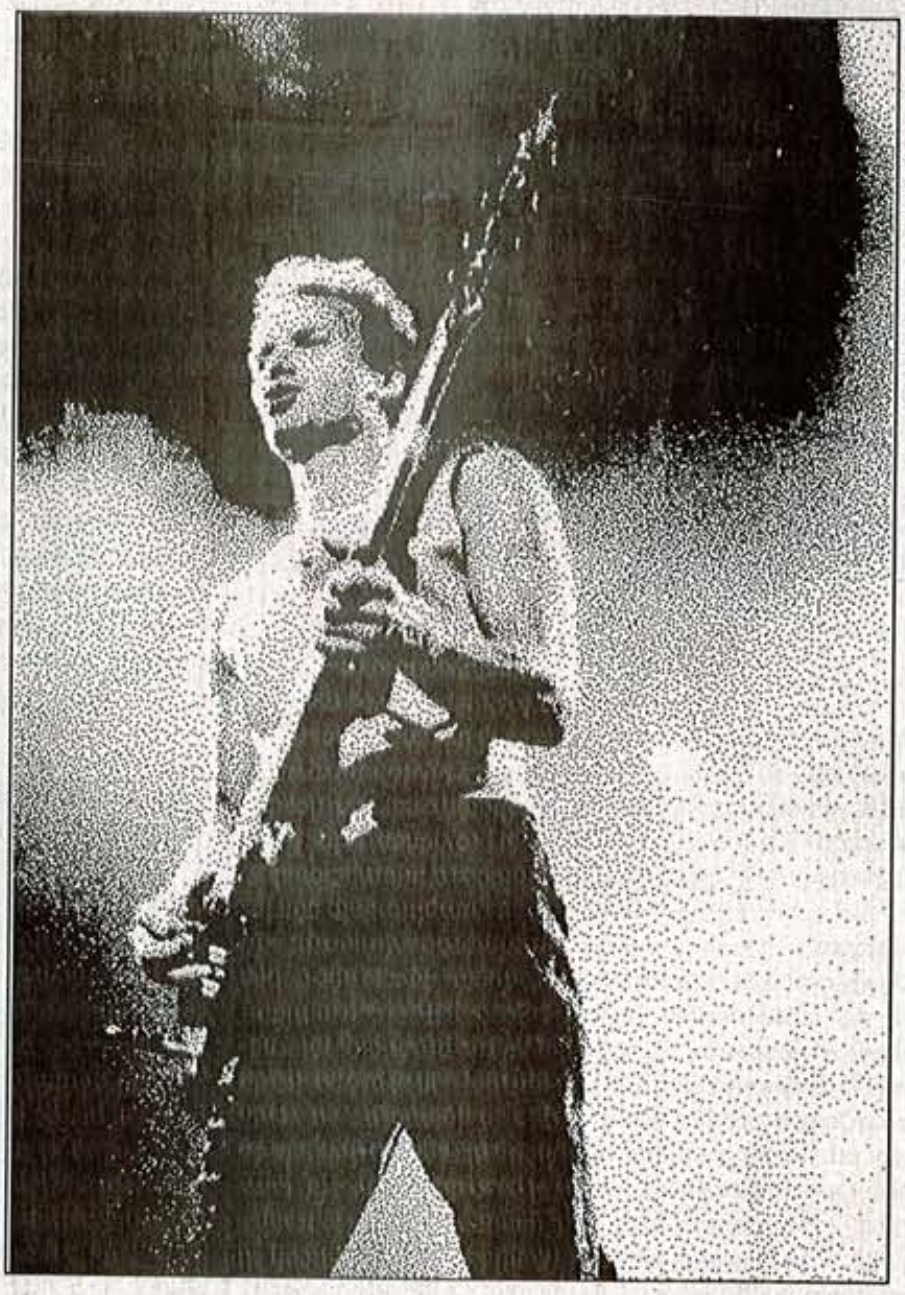
"Por lo mismo -confirma la doctora Ramos- un guiso elaborado con termitas, que cuadruplica el valor calórico de uno similar preparado con carne de res, es mucho más barato, pero es rechazado en las zonas urbanas, mas no así en algunas etnias del interior de la república donde forma parte de su cultura".

Se puede afirmar que la alta calidad proteínica, digestibilidad, fácil obtención, presencia en todos los medios y climas, así como su gran cantidad, rápida reproducción y bajo costo de mantenimiento hacen de los insectos un alimento que, aprovechado en todas sus posibilidades, puede ser una salida real para saciar el hambre crónica que se vive en algunas partes del mundo.

Amigo consumidor, si le interesa saborear un rico platillo a base de insectos, baste saber que diversos mercados populares de nuestro país y algunos restaurantes -desde los tradicionales hasta los más "exóticos", y de "cinco estrellas"- ofrecen hoy, con diferente presentación, sazón y precio, este alimento del futuro. ¿Usted gusta?

Miguel G. Prieto

Cuando los conciertos de rock llegaron a México



Quédense un poco más,
queremos seguir tocando,
ahora ya no le importa al promotor ni al sindicato;
tampoco importa si nos tomamos otro
rato y dejamos todo atrás y cantamos
otra canción.

Maurice Williams

Si hace tres años alguien hubiera afirmado que en los años venideros el panorama de los conciertos de rock en México cambiaría sustancialmente y tendríamos la oportunidad de ver "en vivo" a figuras internacionales y nacionales de primera línea, nuestra reacción habría sido de escepticismo.

Y no sería para menos. Por años, los consumidores interesados en este tipo de espectáculos han sido sometidos a una rigurosa "dieta" musical, apenas compensada con "probaditas" de un par de conciertos como los de los rockeros británicos **Alice Cooper**, en Acapulco, y **Rod Stewart**, en Querétaro.

La responsabilidad de montar un gran espectáculo

1991 se inició con la noticia de la visita a nuestro país del grupo australiano **INXS**, un quinteto que llegaba por primera vez y en sus mejores momentos.

Como resultado del interés que ha despertado la aparición de esta nueva oferta de conciertos, la **Revista del Consumidor** se acercó al musicólogo Javier Velasco, colaborador de las secciones culturales de los diarios *Unomásuno* y *El Nacional*, para conocer un poco más sobre la apertura de este movimiento.

"Hubo dos razones por las que el público mexicano, en años anteriores, no tenía acceso a los grandes espectáculos de rock: primera, el mal comportamiento de los espectadores en dichos eventos; y la más poderosa es que no había quién organizara debidamente un concierto masivo de rock".

Con el fin de abundar sobre las dificultades que implica organizar conciertos de rock en nuestro país, en los que el consumidor pueda sentirse a gusto, seguro y satisfecho, abordamos a Luis Gerardo Salas, promotor y director de la estación radiofónica Rock 101, perteneciente al Núcleo Radio Mil, quien explica:

"Para tomar la decisión de traer a un artista o grupo internacional es necesario considerar lo siguiente: su penetración en el gusto del público, así como los costos de la renta del local donde vaya a presentarse, el pago de impuestos y los permisos. También se deben incluir diversos pagos como sonido, luces, mantas, seguridad, atención al artista, transportación foránea e interna para él y su equipo, hospedaje, sueldos, etcétera.

"Hoy en día -continúa Luis Gerardo Salas- los promotores nos enfrentamos principalmente a la carencia de infraestructura. Debemos cuidar que el evento se lleve a cabo en el lugar más adecuado. Actualmente, en la capital del país, el Auditorio Nacional es el único foro que reúne las condiciones mínimas para un espectáculo de este tipo, aunque también tenemos el Palacio de los Deportes que, sin embargo, presenta problemas de acústica, seguridad y accesos para el público".

Consumo al compás del rock

Ofreciendo un "menú musical" de ritmos afroamericanos y rock, **Carlos Santana**, músico norteamericano de origen mexicano, realizó dos presentaciones de gran calidad en nuestro país. Aun sin el apoyo de una excelente banda como la que tuviera a principios de los años setentas, el virtuoso guitarrista retomó lo mejor de su inspiración y capitalizando la "vibra" de los espectadores, hizo de su presentación un "agasajo" hasta para el más exigente.

Como "platillos de ayer" llegaron a México los grupos norteamericanos **Foreigner** y **Chicago** (este último por segunda ocasión) y **Hall and Oates**, logrando atraer a los "comensales" nostálgicos.

En este sentido, Javier Velasco opina que dentro del negocio existen varios tipos de empresarios: aquellos que traen a un grupillo y lo disfrazan de "supergrupo"; o bien, los que se preocupan por presentar al rockero del momento, como en el caso del inglés **Sting**, o el grupo norteamericano de *Heavy Metal* **Gun's and Roses**; grupos con una buena propuesta musical, como los ingleses *post-punk* **The Cult**, los tecno-industriales de **Information Society**, **Lou Reed**, los británicos de **The Cure, U2, Metallica** y algunas bandas marginales, "lo importante es

que estos empresarios se animan a traerlos porque existen consumidores que así lo piden.

"En ocasiones -advierte el crítico musical- son grupos formados al vapor que actúan sólo para ganar más dinero. En cuanto a clásicos como **Chicago** y **América**, continúan siendo solicitados por sus seguidores".

En el mismo tenor, Luis Gerardo Salas comenta: "Tenemos el caso de **Deep Purple** (inglés) que tenía como único integrante original al cantante John Evans; también sucedió algo parecido recientemente con el grupo norteamericano **Quiet Riot**, el cual fue reunido únicamente para tocar un palomazo".

Consumidos por el rock

Caso contrario fue la presentación del grupo norteamericano de *Heavy-country* **ZZ Top**, quienes mostraron un espectáculo de inmejorable calidad: luces, sonido, féminas y *blues* se conjuntaron en una sola noche para hacer de la gira denominada *Recycler*, una de las de mayor impacto en México.

A estas alturas, los grupos y solistas de rock que habrían de visitarnos se multiplicaban: **Sting**, **Joan Jett**, **Van Halen**, **Elton John**, **Black Sabbath y Jethro Tull**.

El también crítico musical y colaborador de la sección cultural del diario *El Nacional*, Oscar Sarquiz, señala:

"Una de las ventajas de este *boom* por los espectáculos de rock, es que los consumidores cada día exigen más calidad. La contraparte de esta actitud sería la oferta de grupos mexicanos como **Microchips** y **Timbiriche** que utilizan *play back* o pistas en sus audiciones. Éstos aparentan tocar, pero la verdad es que no están haciendo un esfuerzo por interpretar música de calidad.

"Vemos una situación fraudulenta -advierte nuestro entrevistado-, es como si alguien me vendiera un dulce que dice en su envoltura con letras muy pequeñas: 'golosina con sabor a', y después con letras más grandes apareciera la palabra chocolate, la gente la compra cre-

yendo que es un chocolate, pero tal vez sólo está comiendo hule u otra sustancia con saborizante. En el caso de los eventos musicales, deberían anunciar a estos grupillos como presentación de pantomima escénica, y no con la magnificencia que implica un concierto''.

Dentro de las ofertas hechas al consumidor en materia de rock, la estación radiofónica *Rock 101* se aventuró a tramitar los conciertos de **Information Society**, **The Mission** (con su concepto *dark* en música), **Lou Reed** y **David Brian**, todos ellos con una amplia y favorable respuesta por parte de sus fervientes seguidores.

El director de la revista *Rock América*, Pablo Queipo, comenta respecto al tipo de ofertas que en materia de rock se promueven hoy en nuestro país y la relación que se establece entre el promotor y el público consumidor:

''Sobre el promotor operan las leyes de la oferta y la demanda: ¿qué sucedería si trae un *show* demasiado caro que casi nadie puede pagar? Quizás suspiremos, pero lo más seguro es que nadie vaya; nadie se ha muerto por no ver a su artista preferido''.

El rockero español **Miguel Ríos**, al pisar el aeropuerto de la ciudad de México, se fue directamente al Auditorio Nacional, y después recorrió las principales ciudades del interior de la república. Por su parte, el norteamericano **Paul Simon**, con la participación de 50 músicos en escena, desarrolló un concepto que conjuga el rock con expresiones y sensibilidad propios de los ritmos africanos.

En relación a los grupos, Pablo Queipo menciona: ''Está sucediendo algo muy desagradable: los invitan a abrir los conciertos internacionales y, en ocasiones, no les pagan un quinto, pues su *set* o repertorio no se compara con el de los grupos que nos visitan de otras latitudes, sin embargo su trabajo es tan honesto como cualquiera''.

Los rockeros también tienen derechos

Y como si los anteriores espectáculos de rock no fueran suficientes y no quedáramos satisfechos, todavía faltan muchas viandas por disfrutar: nuevos platillos con variedad en sus presentaciones y condimentos.

Recuerde, amigo lector, que usted tiene derechos y obligaciones cuando asiste a un concierto de rock. En este sentido, Oscar Sarquiz recomienda a los consumidores atender algunos aspectos importantes:

- Puntualidad: tanto del artista como del espectador.
- Seguridad: verificar que la sala donde se organiza el concierto no represente riesgos y cuente con salidas de emergencia.
- Sonoridad: el audio debe percibirse nítidamente en cualquier parte del local; no hay nada más frustrante que escuchar a nuestro artista preferido con un sonido distorsionado.

- Iluminación: el foro ha de ofrecer una buena iluminación, ésta es un elemento fundamental en la escenografía del grupo y de un buen espectáculo de rock.

- Desempeño del artista en escena: su entrega será completa ya que el público ha pagado su boleto para gozar del evento.

Miguel G. Prieto

Consumidor en las rock-as

A manera de ejemplo sobre el *boom* de los grandes espectáculos de rock en nuestro país, le presentamos una breve muestra de 16 actividades realizadas en el Palacio de los Deportes de la ciudad de México, durante el periodo comprendido entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 1991, a fin de que usted compare y tome nota sobre las afluencias del público consumidor que gusta de estos conciertos.

INXS (22-24 enero), 3 días: 53 mil 620 espectadores (17 mil 813 en promedio por día).

Soda Estéreo (14 febrero): 4 mil 800.

Bob Dylan (1-2 marzo), 2 días: 18 mil 329 (9 mil 165 personas promedio por día).

Soda Estéreo/Caifanes (13 de marzo): 13 mil 193.

Billy Joel (22-24 marzo), 4 días: 80 mil 302 personas.

Carlos Santana (25 y 26 de junio): 33 mil 471 (16 mil 736 personas promedio por día).

ZZ Top (27 septiembre): 12 mil 78.

Sting (11-14 octubre): 76 mil 976 (19 mil 244 promedio por día).

The Cult, El Tri, Joan Jett (12 diciembre): 9 mil 500 personas.

Mitos y verdades

¿Laboratorios de bolsillo?

El avance de la ciencia y la tecnología ha propiciado en los últimos años la creación de nuevos instrumentos para el control y tratamiento de ciertos padecimientos. Tal es el caso de los novedosisimos "laboratorios de bolsillo" o pruebas de diagnóstico caseras.

¿Qué tan confiables son?

Son dos los tipos de pruebas más conocidas en el mercado: para diagnosticar el embarazo y para medir la glucosa, tanto en la sangre como en la orina; pero también hay otras como las que detectan el factor reumatoide asociado a la artritis.

Este tipo de "laboratorio" puede ofrecer al consumidor algunos beneficios, puesto que la persona podrá conocer de manera fácil, rápida y en la comodidad del hogar su estado de salud. Pero, ¿cuánto puede uno confiar en tan novedosos métodos de diagnóstico?

La doctora Martha Gurría, jefa del Departamento de Agentes de Diag-

nóstico e Instrumental de la Dirección de Material de Curación, Laboratorios y Equipo Médico de la Secretaría de Salud, comenta a la **Revista del Consumidor**: "Dichos productos son pruebas auxiliares en el diagnóstico médico, no obstante es el galeno quien tiene la última palabra para definir con certeza nuestro estado de salud".

Al respecto, el doctor Jesús Fainsod, director médico de Carter Wallace (laboratorio que fabrica y comercializa pruebas para diagnosticar el embarazo), afirma: "Estos artículos poseen una confiabilidad de 99 por ciento; aunque cabe aclarar que la utilidad de las pruebas depende de la habilidad de la persona para realizarlas y leerlas".

Por su parte, el gerente de Mercadotecnia de la Unidad Central de Diabetes de los Laboratorios Bayer, licenciado Jorge Cosío Heinecke, comenta: "Los productos que nuestra compañía comercializa desde hace casi 20 años son especiales para el autocontrol de la diabetes, enfermedad que ocupa el tercer lugar entre las causas de muerte en el país, por lo cual podría decir que su grado de confiabilidad es muy alta, casi de un 100 por ciento".

¿Más práctico y más fácil?

Las marcas y presentaciones de este tipo de pruebas son muchas, algunas de ellas aún poco conocidas en México, ya que el mayor auge se ha dado en Europa y Estados Unidos.

Sin embargo, en la República Mexicana podemos enumerar estuches para el autocontrol del nivel de glucosa en la sangre, tiras reactivas para análisis de orina, bolsas desechables para la recolección y transportación de muestras bacteriológicas, pruebas de parámetros para uroanálisis, fotómetros con memoria, dispositivos automáticos para la obtención de muestras de sangre capilar sin dolor, así como toda una gama de accesorios y repuestos para los mismos.

Los instructivos y las explicaciones de uso que incluyen semejantes "laboratorios portátiles" parecen muy sencillas, por ejemplo: colocar agua y orina en un tubo con una tableta para medir glucosa en la orina, y orina en un tubo reactivo para diagnosticar el embarazo.

Pero, ¿es así de sencillo? La doctora Martha Gurría nos explica: "La prueba es sencilla, lo difícil es llevarla a cabo con precisión e interpre-

tarla, pues a pesar de que la Secretaría de Salud revisa cuidadosamente los instructivos de uso, se debe tener en cuenta que los usuarios no son médicos o personas conocedoras de los fármacos. En estos casos, lo más recomendable para los consumidores es llevar a cabo la prueba bajo prescripción médica o después de haberse practicado varias veces el mismo análisis. Desde luego, también es necesario saber 'leer' lo que indica cada prueba para obtener mejores resultados''

Por su parte, el doctor Fainsod considera: ''Si los resultados dependen en gran medida de la habilidad para efectuarse, es claro que su uso debe ser fácil de realizar y por tanto de interpretar, pues de otra forma no se venderían como cualquier otro aparato o medicamento popular''.

De la calidad

Las pruebas de diagnóstico se comercializan bajo la Ley General de Salud y el Reglamento de la misma ley, siendo la Secretaría de Salud la instancia encargada de verificar su calidad y efectividad.

Para que la Secretaría de Salud autorice su uso, las pruebas de diagnóstico necesitan cumplir con los siguientes requisitos: presentar la información técnica del producto con todas las pruebas de control, estabilidad, pureza e identidad que garanticen su eficacia. Cuando vienen del extranjero, que es el caso de la mayoría, también se solicita el registro del país de origen o que se demuestre su venta libre en el mismo, con el propósito de evitar la llegada de productos internacionales riesgosos para el consumidor.

Los productos de este tipo deben contener un comprobante certificado que enuncie su cumplimiento con las normas nacionales o internacionales, por ejemplo, si provienen de los Estados Unidos deberán estar certificados por la *Food and Drug Administration* (FDA), que es la instancia encargada de registrar los dispositivos médicos en aquel país, incluyendo los medios de diagnóstico.

Mucho ojo

Si llega a emplear estas pruebas de diagnóstico le sugerimos que:

* Verifique que presenten el registro otorgado por la Secretaría de Salud; así estará seguro de su calidad.

* Utilícelos bajo prescripción médica.

* Pida que le muestren detalladamente su funcionamiento así como su interpretación.

* Lea el instructivo y siga los pasos al pie de la letra.

* Por último, recuerde que estas pruebas -a pesar de tener la ventaja de ser caseras y evitarle la molestia de ir constantemente a los laboratorios clínicos- **son sólo análisis auxiliares en el diagnóstico médico** y únicamente el especialista puede determinar la clase de enfermedad a la cual está propenso.

Ma. Guadalupe Cruz

Fuentes: *-Secretaría de Salud*
-Bayer Diagnóstico.
-Carter Wallace.

Te adquirí en un bazar

No existe ciudad alguna en la que no perdure alguna huella de lo que hubo en el pasado. Y no hay mercado de "pulgas" o "piojitos", tianguis o bazar que no ofrezca ciertos rastros del tiempo que se fue, como objetos antiguos.

En México, el consumo en estos sitios es casi inherente a nuestra personalidad; vayamos a cualquier zona de escasez o de abundancia y siempre nos "toparemos" con los populares "mercados de chácharas" o "bazares", cuyo origen se remonta al Lejano Oriente, aunque ya en nuestro país existían mercados públicos en la sociedad azteca, donde los comerciantes de distintas regiones llegaban a la gran Tenochtitlán a ofrecer una gran diversidad de productos.

Los bazares no son únicamente locales donde se venden "cosas usadas", ahora se han convertido también en expendios de chácharas muy concurridos, en los que un mosaico de tenderetes, gangas, misterios y sorpresas hacen volar la imaginación con objetos que guardan una historia, un indicio del pasado.

Tradición y populismo

Un sitio así, quizá el más famoso de todo el país, es el mercado de "La Lagunilla", ubicado en el popular barrio de Tepito en la ciudad de México, donde los puestos se prolongan a lo largo de calles y más calles.

Aglomeraciones de objetos sin utilidad aparente llenan los puestos ambulantes atendidos por gente del bravo y bravero barrio, cuyo negocio es heredado de una generación a otra. La tradición impregna el ambiente de este particular mercado en el que se

ofrecen las más variadas mercancías: tornillos, ropa del ejército, camisas, discos, muebles, plantas, zapatos, fotos... y cualquier otro artículo digno de nuestra imaginación.

''La hora ideal para llegar ahí es el mediodía de cualquier domingo'' -dice a la **Revista del Consumidor** la licenciada Kitzia Castro, quien fiel a lo tradicional y a lo añejo visita con frecuencia el bazar de ''La Lagunilla''.

''No importa cuánto dinero lleve uno para gastar, el secreto está en armarse de paciencia para buscar y hasta 'escarbar' entre las decenas de puestos tendidos en el piso''.

''¿Qué va a llevar, güerita?'' pregonan con insistencia los ''marchantes'' a las personas que recorren con la mirada el lugar inundado de objetos nuevos y antiguos. Sólo algunos conocedores buscan y eligen según su gusto, ajenos a las presiones de los vendedores.

No compre al azar, visite un bazar

¿Una nueva personalidad?

Montones de candados viejos y oxidados que ya no tienen ningún secreto que ocultar, esperan con resignación la llegada del mejor postor.

Juegos incompletos de copas de Bavaria se exhiben, despojados de cualquier lujo, dentro de vitrinas apolilladas.

Los muebles antiguos traen a la mente otro rastro: el ''Bazar del Callejón de los Sapos'' en Puebla, donde desde muy temprano los especialistas en carpintería recorren personalmente las rancherías del estado en busca de objetos de valor que hayan sobrevivido al paso del tiempo, para darles con sus manos un toque casi ''mágico'' que les proporcionará una nueva personalidad.

Más allá, bajo el celo de su dueño descansa, libre de todo remordimiento, un casco que, dicen, perteneció a un soldado alemán durante la Segunda Guerra Mundial. ¿Su precio? 600 nuevos pesos para ofrecer.

Un mundo de posibilidades

Junto a él, ignorando el agravio y escrupulosamente acomodadas se encuentran docenas de cajitas de metal que en algunos casos tienen la fortuna de conservar los artísticos dibujos con que fueron adornadas; estuches de maquillaje en polvo, dulces franceses, pastilleros, cajitas de jabón en cuyo grabado aún puede leerse: año de 1905.

"¿Para cuánto le gusta, señorita?", se eleva la voz del vendedor en espera de escuchar una oferta que endulce sus oídos. El consumidor ofrece una cantidad y con ella se inicia ese juego comercial -casi un arte- de tiempos precolombinos llamado "regateo": ¿cuánto cuesta?, ¿cuánto da?, ¿porqué tan caro? Súbale siquiera el doble. No se mande. Es que deveras no me sale. ¿Y si me llevo dos...?

Los otros "rastros"

En nuestro país también hay otros "depósitos de recuerdos" que gozan de renombre, como el de "La línea de fuego", mercado tradicional de gran importancia en Guanajuato, que ofrece a propios y extraños, fierros de todo tipo, calzado, ropa importada, adornos, etcétera.

No menos relevantes son los de "La Pulga" y del "Carro Verde" en el mismo estado, cada uno con mercancías diferentes a ofrecer que les dan un rasgo característico.

En Chiapas, las comunidades indígenas llegan a San Cristóbal de las Casas a fin de intercambiar objetos de piel y tejidos (trueque); además, en esa entidad hay un bazar permanente de artesanías tradicionales que muestra con orgullo la obra de nuestros "artistas".

Aguascalientes también tiene lo suyo, y todos los martes y domingos el tianguis de "La Purísima" ofrece ropa importada, juguetes, telas y riquísima comida.

Otros bazares que se han convertido en algo tradicional son los de la temporada navideña que proliferan en casi todos los estados de la república mostrando nacimientos, esferas, árboles, animalitos de los más variados materiales, adornos y mil cosas más.

En espera de ser útiles

Con este veloz recorrido de algunos "rastros" o "bazares" de antigüedades en el país, retornamos de nuevo al popular mercado de "La Lagunilla" para seguir maravillándonos con los muebles, ropa, cuadros, trastes, cerraduras, máquinas de escribir, fotografías que muestran la moda del charleston, anteojos, imágenes de santos o porcelana, entre otros, que esperan a una mano conocedora que les devuelva su "utilidad".

Y al igual que este rastro, en la ciudad de México podemos encontrar otros como el de la colonia San Felipe, que se ha extendido por cinco colonias circunvecinas y donde cada parte se especializa en artículos que expone en forma de tenderete.

Según el sapo es la pedrada

Para ser cliente de estos lugares también es necesario saber comprar; si usted amigo consumidor es amante de lo que nuestros bisabuelos usaron y gusta de comprar en este tipo de mercados, mire con desdén aquello que le interese y pregunte casi con indiferencia cuál es su valor. No dé su "brazo a torcer" y recuerde que como último recurso puede regatear con el marchante, pues la filosofía de este tipo de comerciantes a veces es "según el sapo es la pedrada".

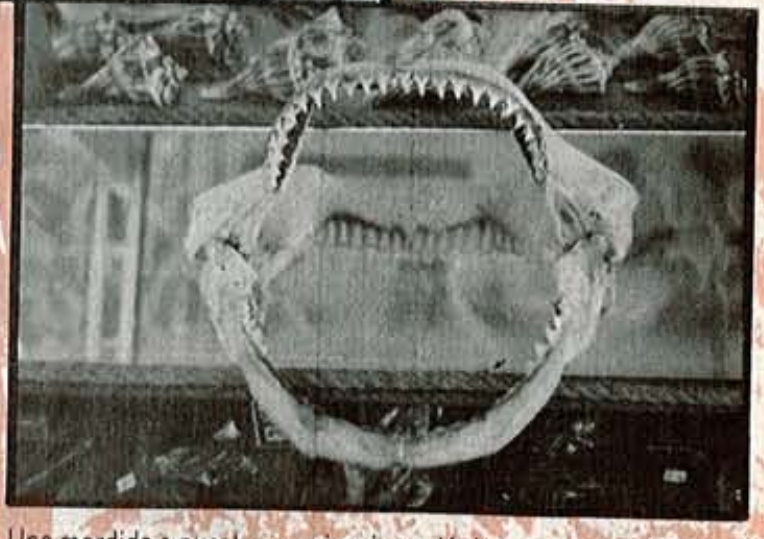
Al adquirir los objetos obsérvelos detenidamente y evalúe si en verdad le van a ser útiles, si todavía se encuentran en "buenas" condiciones y si el precio que le piden por ellos es adecuado.

¡Usted tiene la última palabra!

Ma. Guadalupe Cruz

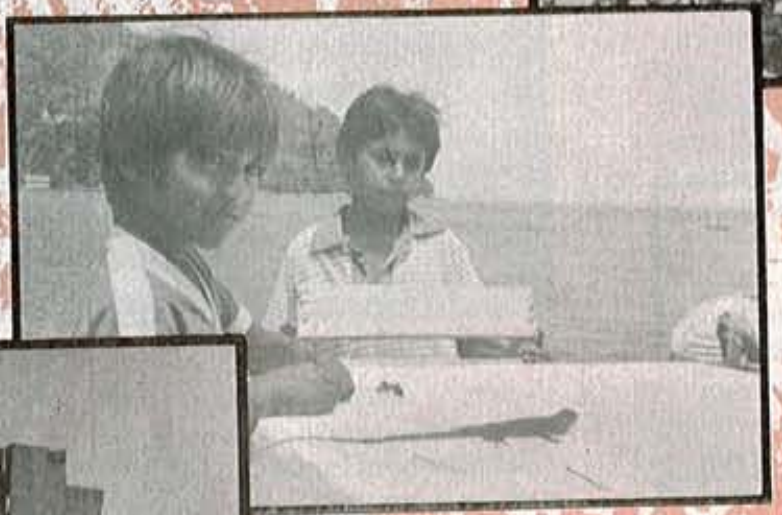
Vida de perro para una iguana...

Contaminación sin palabras...

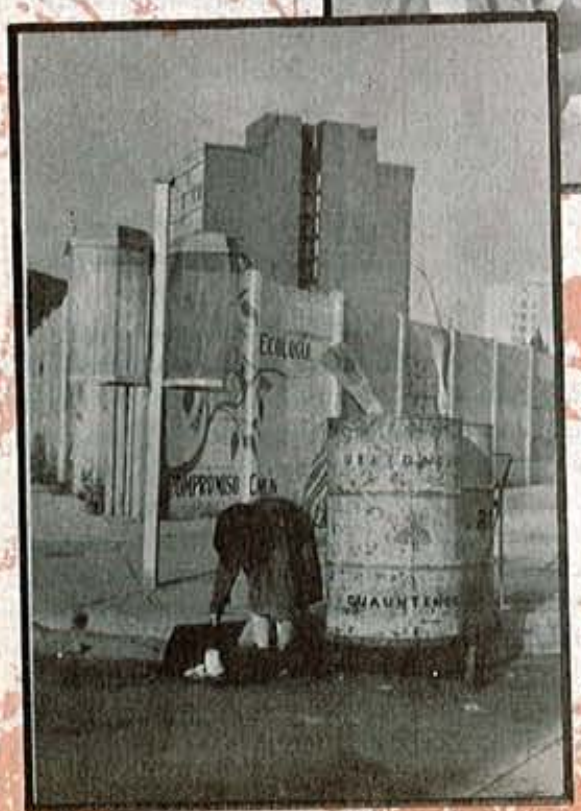


Una mordida a nuestra conciencia ecológica.

Imagínese si no se prohibiera...



¿Jugando a esclavizar?



Un pequeño ejemplo de responsabilidad.

Que no le bailen los ojos

Esto a usted le interesa. Sí, a usted que lleva la música por dentro y que no la puede disfrutar plenamente por el simple hecho de no saber bailar. O aunque tiene nociones de cómo ejecutar un cha-cha-chá, un mambo o un jarabe tapatío, desearía ser el centro de atención durante la fiesta familiar. Pues entonces lo único que le falta es afinar ciertos detalles para estar listo.

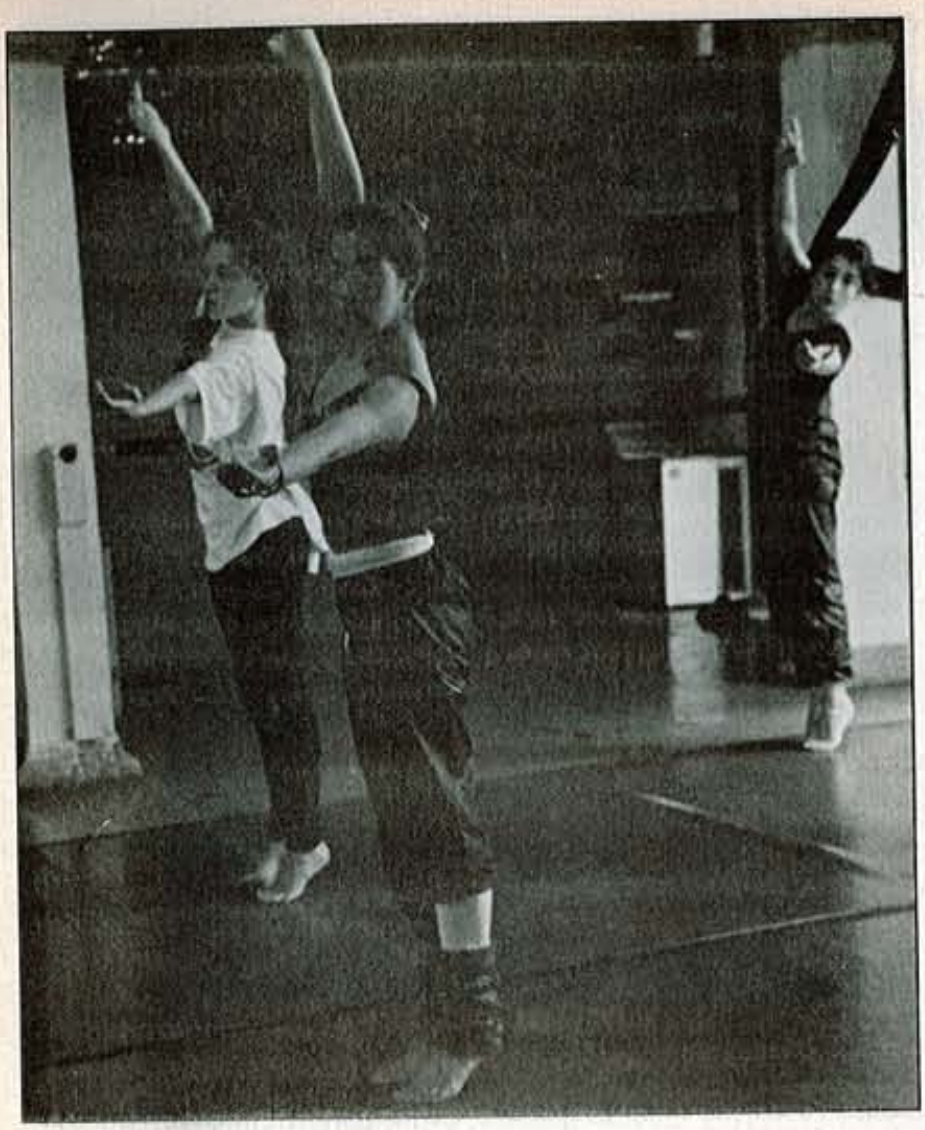
Un día hubo una fiesta aquí
en la prisión,
la orquesta de los presos
empezó a tocar,
tocaron rock and roll
y todo se animó
un cuate se paró y empezó a
cantar el rock.
Todo el mundo a bailar,
todo el mundo en la prisión,
corrieron a bailar el rock.

Si bien la acción de bailar es considerada por los expertos como un arte, es preciso señalar que el baile se ha practicado desde tiempos inmemoriales, cuando el hombre empezó a crear el ritmo a base de instrumentos musicales con sonidos peculiares.

En un principio las piernas y las manos iniciaron sus movimientos acompañándose inconscientemente al compás de la música que entraba por los oídos y palpitaba en el interior. Así surgieron diferentes ritmos cuya expresión corporal requería de varios movimientos que enriquecieran el estilo y la particularidad del baile.

Baila "Mela" suavecito,
mírame, sígueme y acósame
que la cumbia es sabrosita
si la bailas suavecita
y abriendo los brazos.

Sinceramente, ¿quién podría resistirse a bailar un cha-cha-chá como lo hacía el polifacético Adalberto Martínez "Resortes" o una rumba tal y como la interpretaba Yolanda Montes "Tongolele"? ¿Y quién no desearía bailar al estilo de Ninón Sevilla o posiblemente como Jesús González "El Muerto", asiduo visitante del Salón Colonia, quien asombraba a los presentes con su inigualable forma de "reventarse" un danzón que era su especialidad? ¿Y por qué no un paso doble o una enigmática pieza de tahitiano?



Las clases del cha-cha-chá
las vamos a comenzar,
aquí comenzará
el baile más popular,
el profesor, se encuentra aquí,
el profesor, te ayudará.

La señora Rebeca Cazeneuve, administradora de la Escuela de Baile Fino de Salón (Salón Riviera), indica que "la necesidad de practicar ejercicio, aprender diversos ritmos y especialmente el deseo de bailar, son los motivos por los que algunas personas se inscriben en este tipo de academias, pues consideran que así pueden superarse en ese arte.

"La edad de los alumnos es de cinco años en adelante; no existe límite porque si la gente se siente bien de salud y anímicamente, la edad no es problema para llevar a cabo esta actividad. Lo importante es el entusiasmo de cada persona para que en poco tiempo ejecute perfectamente cualquier ritmo musical".

Al respecto la señora Noemí Marín de Fuentes, directora del Instituto Danza Mizoc, señala que "según las aptitudes individuales hay quienes toman dos cursos y apenas se están 'encarrilando', otras personas por el contrario, en un mes bailan ya un jarabe tapatío o un huapango.

"La gente que acude a estos centros de enseñanza son adultos, y con frecuencia hay más mujeres que hombres, debido al sentimiento machista que prevalece en nuestro país. Mientras que los niños inscritos casi

NO compre a ciegas

SUSCRÍBASE

DOBLE, ENGOME Y PEGUE

Correspondencia con derechos por cobrar.
Solamente servicio nacional.

El porte será pagado por:

revista del consumidor

Administración de Correos No. 44, c.p. 03001, México, D.F.

DOBLE, ENGOME Y PEGUE

revista del
consumidor

NOTA: LLENAR CON LETRA DE MOLDE. NO NOS HACEMOS RESPONSABLES DE SUSCRIPCIONES CON DATOS INCOMPLETOS O ILEGIBLES

NOMBRE _____

DIRECCIÓN _____

COLONIA _____

DELEGACIÓN O MUNICIPIO _____ C.P. ☐☐☐☐☐

ESTADO _____ TELÉFONO _____

SUSCRIPCIÓN POR UN AÑO N$ 25.00 25 MIL PESOS ☐ A NOMBRE DE LA **REVISTA DEL CONSUMIDOR**

SUSCRIPCIÓN NUEVA ☐ RENOVACIÓN DE SUSCRIPCIÓN ☐

FORMA DE PAGO

GIRO POSTAL ☐ CHEQUE ☐

No. _____

ACLARACIONES: TELÉFONOS 559-73-77 EXT. 117 y 368-87-22. O DIRECTAMENTE A INSURGENTES SUR No. 1228, 5o. PISO, COL. TLACOQUEMÉCATL DEL VALLE, DELEGACIÓN BENITO JUÁREZ, MÉXICO, D.F., C.P. 03200.

TARIFA PROMOCIONAL
VIGENTE PARA 1993

¡Aproveche! reciba 12 y pague 10

Que no le den vueltas a sus derechos

siempre asisten por influencia de sus padres''.

Para concluir, la señora Noemí Marín de Fuentes puntualiza: ''Es importante mencionar que el baile es uno de los mejores ejercicios. Los movimientos, la sincronización de las extremidades y el ritmo de la respiración conjugan un esfuerzo completo, inclusive funciona como terapia de relajación y se deduce que el practicar cualquier tipo de baile es altamente recomendable''.

Hay que aclarar que las academias de baile no necesitan registro oficial ante la Secretaría de Educación Pública, pues no imparten estudios con reconocimiento oficial. Por lo tanto es la Procuraduría Federal del Consumidor la instancia que regula esas instituciones, a través de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Aparentemente éste es un servicio incipiente y poco difundido pero prometedor, por ello la **Revista del Consumidor** rescató algunas recomendaciones de los propietarios e instructores de dichos centros con el fin de orientar al consumidor:

Primero: Verifique cuál es la cuota de inscripción y cuánto tiempo cubre su vigencia.

Segundo: Infórmese acerca de la duración de las sesiones y el número de éstas que se imparten a la semana, quincena o mes.

Tercero: Compruebe que las instalaciones sean adecuadas para realizar las prácticas y ejercicios, es decir, que cuenten con espacio suficiente, que estén limpias, ventiladas y con iluminación apropiada.

Cuarto: Pregunte si la indumentaria debe cumplir con características específicas o si se puede emplear ropa de uso diario.

En síntesis, ponga las cosas en claro para evitar sorpresas desagradables y ahora sí: ¡venga a bailar con nosotros!

Rodolfo Valadez

Cómo evitar que lo duerman los colchones

De piedra ha de ser la cama,
de piedra la cabecera;
la mujer que a mí me quiera
me ha de querer de a deveras...
¡Ay corazón!, ¿por qué no amas?

"La cama de piedra", Cuco Sánchez

"Bajó a un mundo desconocido donde los seres vivos no existían. La penumbra envolvía el lugar; lo único que se escuchaba eran alaridos, lamentos, llanto y el martilleante repiquetear de una caja registradora ubicada en algún lugar indefinido, oscuro y terrible como la ignorancia misma. Queriendo escapar de esta desesperante situación, aquel hombre dio un giro angustioso para despertar, por fin, agitado y bañado en sudor..."

Seguramente, amigo lector, en alguna ocasión ha tenido este tipo de pesadillas. Los motivos pueden ser muchos pero, ¿ha pensado si su colchón tiene algo que ver en todo esto?, ¿o quizá el exorbitante precio que pagó por éste ahora lo tortura y acorrala en un mal sueño?

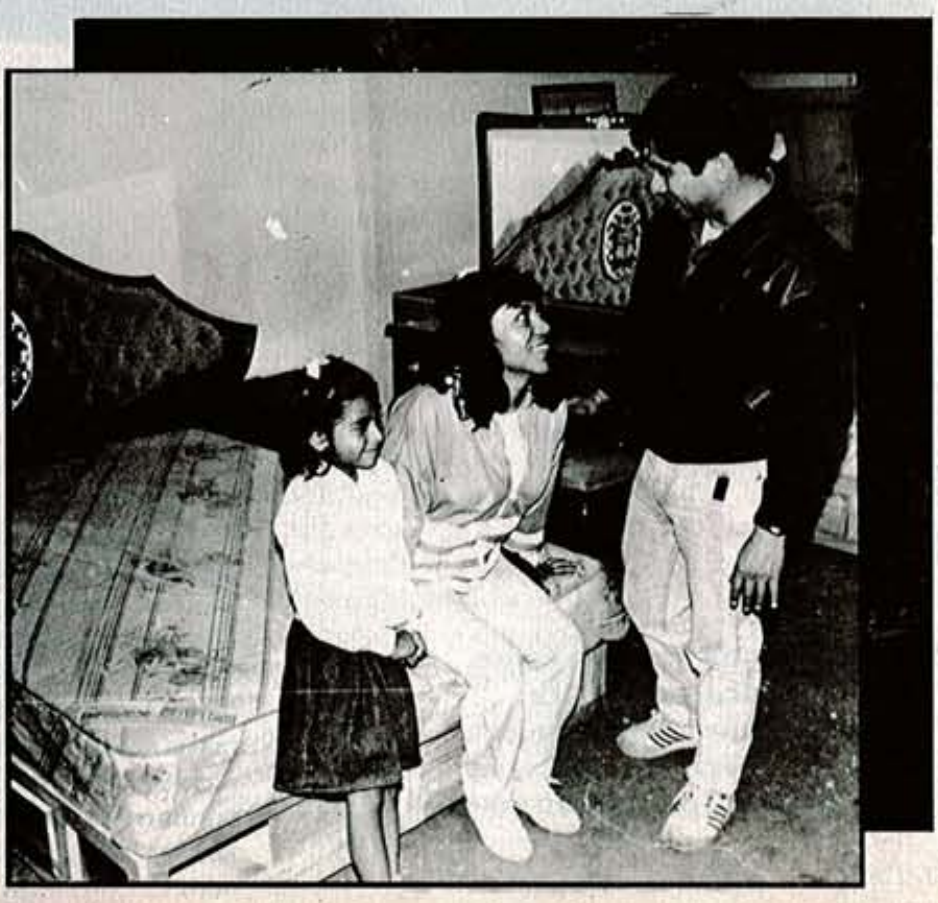
Para que usted goce de un descanso tranquilo, la **Revista del Consumidor** lo invita a conocer los pormenores del mercado de colchones a través de este reportaje que deberá leer con los ojos bien abiertos... ¿Nos acompaña?

Un mercado que no se duerme

El señor Jacobo Blangas, director general de la empresa comercializadora de colchones Dormimundo, comenta a nuestra revista que "desde hace 50 años, México se ha consolidado dentro de la industria colchonera y la producción nacional se encuentra entre las mejores del mundo. Lo anterior se puede afirmar porque en nuestro país tenemos excelentes fabricantes que ofrecen un magnífico producto a precios competitivos internacionalmente.

"La industria colchonera inició su etapa de innovación con el colchón de poliuretano (hule espuma) a partir de los años setenta, mismo que tuvo y sigue teniendo una gran aceptación por parte de los consumidores. Después se trató de introducir al mercado la cama de agua por medio de una novedosa campaña publicitaria, pero no se obtuvieron resultados satisfactorios. Por último, se creó el colchón de resortes que se ha ido perfeccionando gracias a las nuevas tecnologías".

Por su parte, el licenciado Octavio Rincón Ivarez, director comercial de la empresa alemana Selther, opina: "La vida útil de un colchón es de 8 a 10 años. En este sentido, no importa que el producto sea de buena calidad,



ya que por higiene debe cambiarse al cumplir dicho periodo; además, es lógico que en este lapso los resortes se hayan averiado o el hule espuma esté muy desgastado o blando''

Respecto a las características básicas de un buen colchón, nuestro entrevistado afirma que ''debe contar con una buena cantidad de resortes -312 aproximadamente en el tipo mediano-, lo que representa una garantía en su fabricación. En cuanto al de poliuretano, lo fundamental es la densidad, es decir, entre mayor cantidad de material tenga por metro cuadrado, mejor será su nivel de calidad''

Al médico no lo agarran dormido

El doctor Daniel Chávez, jefe de la División de Rehabilitación del Instituto Nacional de Ortopedia de la Secretaría de Salud (SS), asegura: ''Toda persona, experimente o no problemas en la columna vertebral, **debe dormir en un colchón duro,** ya que esto permite mantener una buena posición corporal, sin necesidad de realizar ningún esfuerzo al dormir''.

El galeno indica que ''en la mayoría de las ocasiones, la gente que duerme en uno suave, despierta con dolor en la espalda; además, aquellas personas que sufren algún problema de columna -como pueden ser lumbalgias, cervicalgias o dorsalgias-, propician que se agudice más el padecimiento cuando duermen en este tipo de colchón''.

La oferta al consumidor

En cuanto a las campañas publicitarias que buscan hacer llegar el producto al consumidor, tanto el señor Jacobo Blangas como el licenciado Octavio Rincón coinciden en señalar que por tratarse de un artículo muy ''delicado'' -sobre todo en cuestiones morales-, la publicidad que en torno a él se emplea, intenta manejarse con suma seriedad: nada de publicidad subliminal. Además, referente al producto mismo, ambos directivos sostienen que en este rubro comercial las estrategias publicitarias siempre han sido ambiciosas pero sin tratar de engañar o sorprender al cliente.

Tal vez por la escasa frecuencia con que se adquiere un artículo de esta naturaleza, usted no tiene una idea clara de los precios que prevalecen actualmente en el mercado. Por ello, enseguida le proporcionamos algunas referencias de precios durante enero de 1993, para que no lo ''duerman'' a la hora de comprar.

Un colchón **Selther** *Kavallier* individual tiene un precio de 1,400 nuevos pesos y el matrimonial, 1,800

nuevos pesos. El de la marca **Victorio Benzi** modelo *Excelencie* individual, se comercializa en 750 nuevos pesos y el matrimonial en 960 nuevos pesos. El **Simmon's** *Extra Ortopédico* individual cuesta 570 nuevos pesos y el matrimonial, 760 nuevos pesos. Mientras que el *Oxford* matrimonial tiene un precio de 800 nuevos pesos; el individual, por su parte, cuesta 640 nuevos pesos.

Con base en este panorama, el director general de Dormimundo externa la siguiente sugerencia para el consumidor interesado en adquirir un colchón:

''Si desea comprar este producto debe tomar en cuenta que su decisión es trascendental, pues aquí pasa la mayor parte de su vida (ocho horas diarias aproximadamente)''.

Por su parte, el director comercial de la empresa Selther asegura: ''Al escoger un colchón, generalmente resulta muy embarazoso probar su calidad para saber si es confortable o no, sin embargo, le recomendamos acostarse en él para sentirlo; mucha gente piensa que basta con ponerle la mano o la rodilla encima y sumirla, y ello definitivamente no es suficiente para determinar si el producto le conviene o no. Insisto: lo importante es sentirlo...''

Amable lector, despierte y póngase muy alerta cuando desee comprar un colchón; recuerde que si no se informa, no podrá comparar precios, y si no lo prueba adecuadamente, éste puede ''dormirlo'' y provocarle angustiosas pesadillas que repercutirán en su presupuesto y en su salud física. ¡Dulces sueños!

Rodolfo Valadez

¿ Qué tan buen consumidor es usted?

Alguna vez se ha puesto a pensar sobre ¿cuál es su comportamiento al ir de compras?, ¿adquiere los productos por una decisión propia, consciente y responsable?, o ¿se deja llevar por los "consejos" de la publicidad o de sus amigos? La **Revista del Consumidor** le propone que evalúe sus actitudes como consumidor a través de este sencillo y divertido pasatiempo. ¡Buena suerte!

Conteste **SI** o **NO** a las siguientes preguntas:

1) ¿La **Profeco** es un organismo que informa y orienta sobre el consumo? ____

2) ¿Las leguminosas aportan al organismo vitaminas y minerales? ____

3) ¿Las siglas **NOM** significan Norma Oficial Mexicana? ____

4) ¿Una dieta completa debe incluir alimentos de los tres grupos en cada comida? ____

5) ¿Es necesario exigir nota o factura en la compra de cualquier artículo? ____

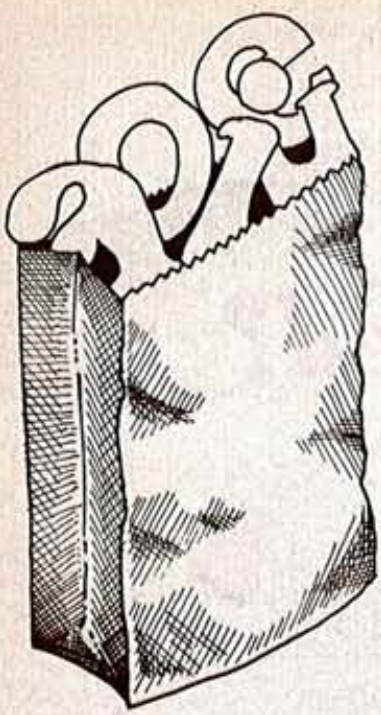
6) ¿"Regale afecto no lo compre" es una frase alusiva a fechas consumistas? ____

7) ¿La **Revista del Consumidor** sale a la venta cada mes? ____

8) ¿La base para una buena alimentación consiste en comer siempre carne? ____

9) ¿El pescado es un alimento que sólo debe consumirse en los meses que tienen "r"? ____

10) ¿Siempre debemos comparar precio y calidad? ____



Un buen consumidor

Complete las siguientes palabras con la vocal correcta y leerá cinco frases de "oro" para ser un buen consumidor:

1) __L __R D__ C__ MPR__ S N__ __LV_D_
LL__ V__R __N__ L__ST__ D__ L__ M__S
N__C__S__R____ P__R__ S__ H__G__R.

2) L__A L__S __T__Q____T__S D__ L__S
PR__D__CT__S Q____ V__ __ __DQ____R__R.

3) S__L__CC____N__ S__L__ L__
N__C__S__R____.

4) C__MP__R__ C__L__D__D Y PR__C____.

5) N__ S__ D__J__ LL__V__R P__R
"PR__M__C____N__S" Y "__F__RT__S".

SOLUCIÓN

1) Al ir de compras no olvide llevar una lista de lo más necesario para su hogar.
2) Lea las etiquetas de los productos que va a adquirir.
3) Seleccione sólo lo necesario.
4) Compare calidad y precio.
5) No se deje llevar por "promociones" y "ofertas".

SOLUCIÓN

SI: 1, 3, 4, 5, 6, 7 y 10
NO: 2, 8 y 9

RESULTADOS

- Si logró más de ocho respuestas correctas es usted un **buen consumidor**, ¡felicidades! Siga así y no olvide que la Ley Federal de Protección al Consumidor lo respalda.
- Si obtuvo menos de ocho aciertos usted es un **mal consumidor**, por lo que le sugerimos informarse más acerca de lo que es el consumo y cómo puede ser un consumidor "sabio". Para lograrlo, usted cuenta con la **Revista del Consumidor** que le informa y orienta sobre alimentación, calidad y precio de los bienes y servicios, y sobre todo lo que debe saber acerca del consumo.

Pequeños escapes

Según una encuesta realizada por el periódico *Toronto Star*, los canadienses compran cada vez más comida *gourmet* a pesar de las condiciones recesivas que prevalecen en ese país.

La razón de esta tendencia, aparentemente contradictoria, es que las personas están deprimidas ante la situación poco alentadora que enfrentan y por ello consumen alimentos más elegantes como una forma de escape o sustituto, que les ayuda a olvidar, aunque sea momentáneamente, sus carencias en otros niveles.

El rotativo estima que el número de artículos en venta aumentó un 60 por ciento durante 1991, y posiblemente se haya incrementado otro tanto durante 1992.

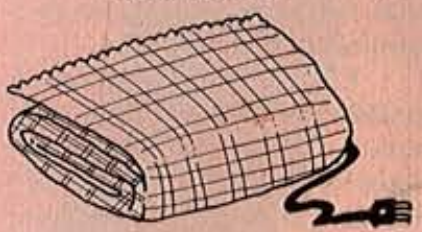
Los productos que han gozado de mayor popularidad son las mermeladas y jugos exóticos, salsas y sobre todo galletas rellenas de mil sabores.

Fuente: Factor Financiero, suplemento de El Financiero.

Cobertores eléctricos

Recientemente en Nueva Zelanda se revisaron los patrones para cobertores eléctricos con el objeto de que brinden mayor seguridad al usuario. Antes se tenían modelos cuyos cordones eléctricos estaban sujetos en forma deficiente, además de presentar un sobrecalentamiento. El servicio contra incendios mostró registros de cobertores eléctricos que estuvieron involucrados en 700 incendios durante los últimos cinco años.

Fuente: Revista Consumer Currents, IOCU.



¿Reciclar pañales?

Un proyecto de reciclaje de pañales, el primero de su clase en Norteamérica, está siendo patrocinado por la **Compañía Dupont** -productora de material para pañales desechables- y por el gobierno de Ontario, en Canadá, el cual se encuentra desesperado por resolver su crisis por exceso de basura.

El proyecto piloto involucra desde la recolección de pañales en hospitales -por medio de unos depósitos grises especiales- hasta su traslado a una planta instalada cerca del aeropuerto de Toronto, donde la fibra del pañal se lava, se seca y luego es reciclada en pañales desechables y otros productos como papel fino y pañuelos desechables. Cerca del 20 por ciento del total de las partes de plástico de los pañales también será reciclada.

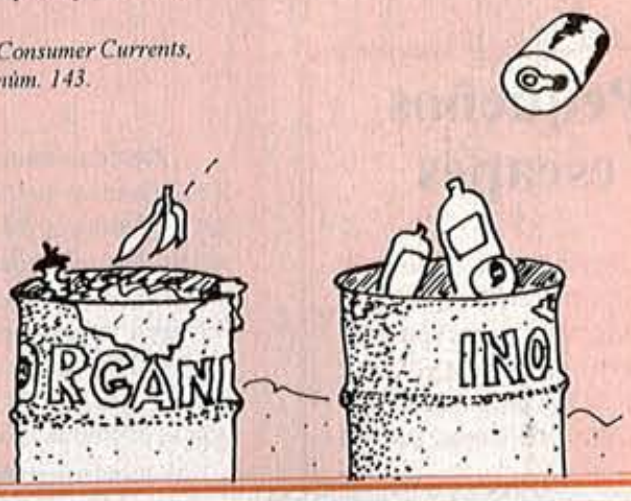
Fuente: Revista Consumer Currents, IOCU; núm. 145.

Consumerismo verde

El Movimiento de Mujeres de Balikatan, en Filipinas, promueve entre las amas de casa el reciclaje de basura mediante la separación de los desechos secos. Esto se lleva a cabo de la siguiente manera: cada casa debe tener dos recipientes en la cocina, uno para desechos secos como papel, plástico, botellas, latas, etcétera, y otro para desechos mojados como alimentos y residuos animales.

Con esta separación, los compradores de chatarra siguen una ruta un día a la semana para recolectar los desperdicios y llevarlos a las fábricas de reciclaje. Hoy es posible admirar las calles y ríos de Filipinas más limpios que nunca.

Fuente: Revista Consumer Currents, IOCU; núm. 143.



Falsos plásticos biodegradables

Un estudio efectuado por dos investigadores de Nueva York demostró que es falsa la afirmación de que los plásticos son biodegradables. Muchas compañías están siendo demandadas en Estados Unidos por realizar este tipo de declaraciones engañosas.

Los investigadores señalaron que en la mayoría de los casos el único componente del plástico que se biodegradó fue el relleno que le proporciona rigidez, y que el material de estructura, como el polietileno, permaneció intacto aun después de 25 semanas.

Fuente: Revista Consumer Currents, IOCU; núm. 144.

Cambios alimentarios y enfermedades

En Tokeau, localidad situada al occidente de Samoa en el Pacífico, aumentan los padecimientos del corazón, respiratorios, diabetes e hipertensión, debido a cambios nutricionales originados por alimentos procesados de baja calidad, al tabaquismo, así como al poco ejercicio. Este país tiene una alta dependencia de alimentos importados como el harina, azúcar, arroz, pescado enlatado y algunas carnes, suministrados por Nueva Zelanda desde 1925. El director de Salud indicó que es necesario informar a la población acerca de los factores de riesgo inherentes a los cambios radicales de estilos de vida y de alimentación.

Fuente: Revista Consumer Currents, IOCU; núm. 143.

C E L E B R E M O S J U N T O S

EL DIA MUNDIAL DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

Festejemos este 15 de marzo los derechos del consumidor conociendo y poniendo en práctica la nueva

Ley Federal de Protección al Consumidor

Si desea obtener mayor información y orientación acerca de sus derechos y, en general, sobre el mundo del consumo que nos rodea, suscríbase a la Revista del Consumidor: 1 año (12 números) por sólo N$ 25.00. Recuerde que ante las ofertas del mercado, no hay como un consumidor bien informado.

¡ Felicidades !

Procuraduría Federal del Consumidor

Si Adán y Eva Hubieran Leído la Revista del Consumidor...

Conozca nuestras pruebas de calidad de productos nacionales e importados.

¡Suscríbase a la Revista del Consumidor!

Llame al 568-87-22 o acuda a las oficinas de la PROFECO en Insurgentes Sur núm. 1228, Col. Tlacoquemécatl Del Valle.

COLECCIONABLE

Sistema de lámparas fluorescentes compactas ahorradoras de energía eléctrica

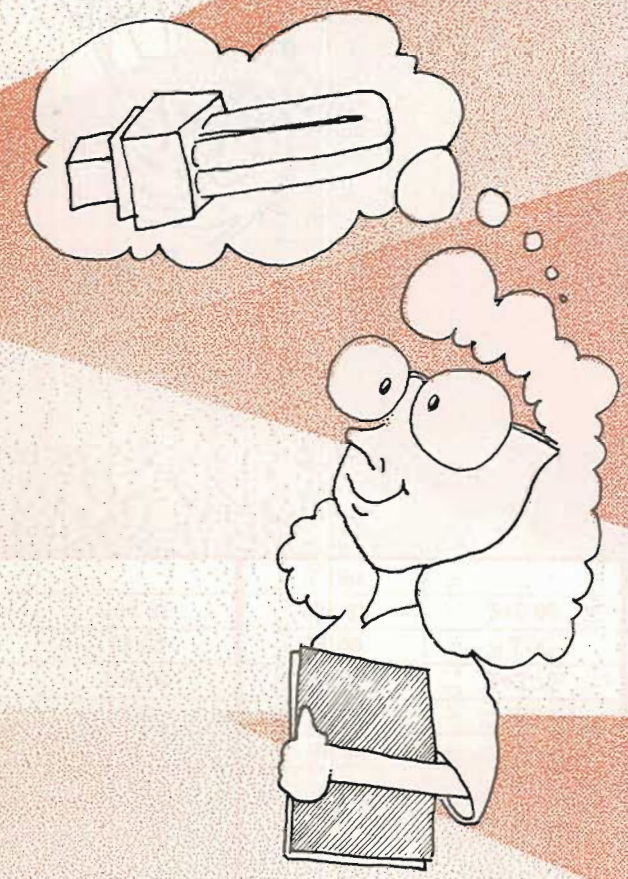
ISSN0188-2708

LAMPARAS FLUORESCENTES COMPACTAS DE 5 WATTS

MARCA			OSRAM
MODELO			DULUX-S
PAIS DE ORIGEN			E.U.
ESPECIFICACIONES TECNICAS	TENSION NOMINAL (Volts)		127
	FRECUENCIA (Hertz)		60
	POTENCIA DE LA LAMPARA (Watts)		5
	POTENCIA DEL SISTEMA (Watts)		N.D.
	VIDA NOMINAL DURACION (Horas)		10,000
ASPECTOS DIMENSIONALES	CASQUILLO	DIAMETRO 26.1 mm (máx.)	26.2
		ALTURA (25.5 mm a 27.0 mm)	26.2
	SISTEMA	LONGITUD DEL TUBO (mm)	116.2
		LONGITUD TOTAL DEL SISTEMA (mm)	160.0
		No. DE TUBOS	2
POTENCIA ELECTRICA MEDIDA DEL SISTEMA (Watts)			9.45
FLUJO LUMINOSO INICIAL (LUMENES)			246
EFICIENCIA LUMINOSA (LUMEN/WATT)			
COSTO DE OPERACION * A 10 000 horas			
FACTOR DE RENDIMIENTO ECONOMICO (N$/Hora)			
PRECIO	N$		35.00
	$		35,000
EVALUACION DE CALIDAD			100

* El costo del kw/h considerado en el presente estudio es de N$ 0.32 y está sujeto a cambios por la zona en que se suministre la energía eléctrica.

N.D. No Disponible



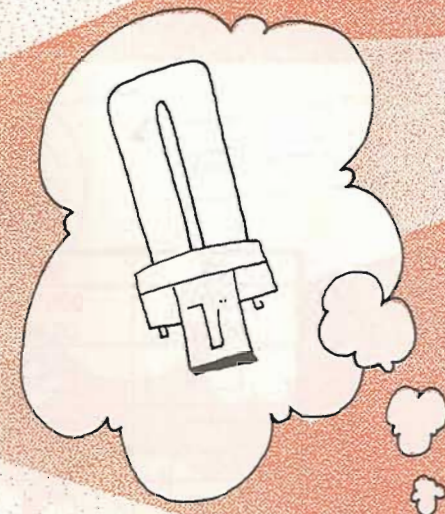
- EXCELENTE
- BIEN
- REGULAR
- DEFICIENTE

LAMPARAS FLUORESCENTES COMPACTAS DE 7 WATTS

			OSRAM	PHILIPS	TUNGSRAM
MARCA					
MODELO			DULUX-S	ECONO PLUS PL-5	FD
PAIS DE ORIGEN			E.U.	MEXICO	N.D.
ESPECIFICACIONES TECNICAS	TENSION NOMINAL (Volts)		127	127	127
	FRECUENCIA (Hertz)		60	60	60
	POTENCIA DE LA LAMPARA (Watts)		7	7	7
	POTENCIA DEL SISTEMA (Watts)		N.D.	N.D.	N.D.
	VIDA NOMINAL DURACION (Horas)		10,000	N.D.	N.D.
ASPECTOS DIMENSIONALES	CASQUILLO	DIAMETRO 26.1 mm (máx.)	26.1	26.1	26.1
		ALTURA (25.5 mm a 27.0 mm)	26.2	26.2	26.2
	SISTEMA	LONGITUD DEL TUBO (mm)	134.6	132.2	135.0
		LONGITUD TOTAL DEL SISTEMA (mm)	190	190	191
		No. DE TUBOS	2	2	2
POTENCIA ELECTRICA MEDIDA DEL SISTEMA (Watts)			10.2	10.2	10.3
FLUJO LUMINOSO INICIAL (LUMENES)			400	383	371
EFICIENCIA LUMINOSA (LUMEN/WATT)					
COSTO DE OPERACION * A 10 000 horas					
FACTOR DE RENDIMIENTO ECONOMICO (N$/Hora)					
PRECIO	N$		35.00	32.00	39.00
	$		35,000	32,000	39,000
EVALUACION DE CALIDAD			100	95	91

* El costo del kw/h considerado en el presente estudio es de N$ 0.32 y está sujeto a cambios por la zona en que se suministre la energía eléctrica.

N.D. No Disponible



- EXCELENTE
- BIEN
- REGULAR
- DEFICIENTE

LAMPARAS FLUORESCENTES COMPACTAS DE 9 WATTS

MARCA			SYLVANIA	OSRAM	PHILIPS	SOLAR	PHILIPS
MODELO			SYN X CFS	DULUX-S	ECONO PLUS PL-S	TWIN LIGHT	ECONO PLUS PL-S
PAIS DE ORIGEN			REINO UNIDO	E.U.	MEXICO	MEXICO	MEXICO
ESPECIFICACIONES TECNICAS	TENSION NOMINAL (Volts)		127	127	127	127	127
	FRECUENCIA (Hertz)		60	60	60	60	60
	POTENCIA DE LA LAMPARA (Watts)		9	9	9	9	9
	POTENCIA DEL SISTEMA (Watts)		N.D.	N.D.	N.D.	11	11
	VIDA NOMINAL DURACION (Horas)		N.D.	10,000	N.D.	10,000	10,000
ASPECTOS DIMENSIONALES	CASQUILLO	DIAMETRO 26.1 mm (máx.)	26.1	26.1	26.1	26.1	26.1
		ALTURA (25.5 mm a 27.0 mm)	26.2	26.2	26.2	26.2	26.2
	SISTEMA	LONGITUD DEL TUBO (mm)	165.5	166.0	167.0	167.5	188.5
		LONGITUD TOTAL DEL SISTEMA (mm)	222.5	223.5	222	250	228
		No. DE TUBOS	2	2	2	2	2
POTENCIA ELECTRICA MEDIDA DEL SISTEMA (Watts)			10.4	11.4	10.8	10.9	11.3
FLUJO LUMINOSO INICIAL (LUMENES)			496	646	510	500	529
EFICIENCIA LUMINOSA (LUMEN/WATT)			□	□	◧	◧	◧
COSTO DE OPERACION * A 10 000 horas			□	□	□	□	□
FACTOR DE RENDIMIENTO ECONOMICO (N$/Hora)			◧	◧	□	□	◧
PRECIO	N$		37.40	35.00	32.00	30.00	35.00
	$		37,400	35,000	32,000	30,000	35,000
EVALUACION DE CALIDAD			98	96	95	95	93

* El costo del kw/h considerado en el presente estudio es de N$ 0.32 y está sujeto a cambios por la zona en que se suministre la energía eléctrica.

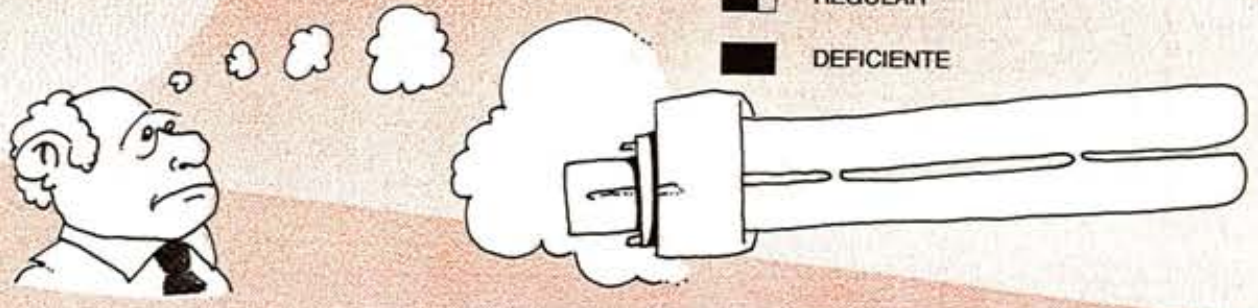
N.D. No Disponible

□ EXCELENTE

◧ BIEN

◧ REGULAR

■ DEFICIENTE



LAMPARAS FLUORESCENTES COMPACTAS DE 11 WATTS

MARCA			OSRAM
MODELO			DULUX-EL
PAIS DE ORIGEN			E.U.
ESPECIFICACIONES TECNICAS	TENSION NOMINAL (Volts)		120
	FRECUENCIA (Hertz)		60
	POTENCIA DE LA LAMPARA (Watts)		N.D.
	POTENCIA DEL SISTEMA (Watts)		11
	VIDA NOMINAL DURACION (Horas)		10,000
ASPECTOS DIMENSIONALES	CASQUILLO	DIAMETRO 26.1 mm (máx.)	26.1
		ALTURA (25.5 mm a 27.0 mm)	26.2
	SISTEMA	LONGITUD DEL TUBO (mm)	- - -
		LONGITUD TOTAL DEL SISTEMA (mm)	142
		No. DE TUBOS	4
POTENCIA ELECTRICA MEDIDA DEL SISTEMA (Watts)			12.4
FLUJO LUMINOSO INICIAL (LUMENES)			620
EFICIENCIA LUMINOSA (LUMEN/WATT)			□
COSTO DE OPERACION * A 10 000 horas			□
FACTOR DE RENDIMIENTO ECONOMICO (N$/Hora)			□
PRECIO	N$		54.00
	$		54,000
EVALUACION DE CALIDAD			100
CARACTERISTICAS			SISTEMA DE REEMPLAZO TOTAL

* El costo del kw/h considerado en el presente estudio es de N$ 0.32 y está sujeto a cambios por la zona en que se suministre la energía eléctrica.

N.D. No Disponible

Este modelo no permite el intercambio del tubo exclusivamente. Su ventaja es que incluye un balastro electrónico que elimina los parpadeos en el encendido.

□ EXCELENTE

◧ BIEN

◨ REGULAR

■ DEFICIENTE

LAMPARAS FLUORESCENTES COMPACTAS DE 13 WATTS (doble tubo)

			SOLAR	NAD	OSRAM	PHILIPS
MARCA						
MODELO			DOBLE TWIN LIGHT	DOBLE	DOBLE DULUX	PLC
PAIS DE ORIGEN			MEXICO	N.D.	E.U.	E.U.
ESPECIFICACIONES TECNICAS	TENSION NOMINAL (Volts)		127	110-120	127	127
	FRECUENCIA (Hertz)		60	60	60	60
	POTENCIA DE LA LAMPARA (Watts)		13	13	13	13
	POTENCIA DEL SISTEMA (Watts)		N.D.	13	N.D.	N.D.
	VIDA NOMINAL DURACION (Horas)		10,000	N.D.	10,000	N.D.
ASPECTOS DIMENSIONALES	CASQUILLO	DIAMETRO 26.1 mm (máx.)	26.1	26.2	26.1	26.1
		ALTURA (25.5 mm a 27.0 mm)	26.2	26.0	26.2	26.2
	SISTEMA	LONGITUD DEL TUBO (mm)	118.0	141.0	118.0	117.7
		LONGITUD TOTAL DEL SISTEMA (mm)	157.0	190.0	157.0	156.0
		No. DE TUBOS	4	4	4	4
POTENCIA ELECTRICA MEDIDA DEL SISTEMA (Watts)			16.0	14.8	16.23	16.5
FLUJO LUMINOSO INICIAL (LUMENES)			802	839	802	729
EFICIENCIA LUMINOSA (LUMEN/WATT)			☐	☐	☐	◧
COSTO DE OPERACION * A 10 000 horas			☐	☐	☐	☐
FACTOR DE RENDIMIENTO ECONOMICO (N$/Hora)			☐	■	■	☐
PRECIO	N$		49.50	65.00	64.00	35.00
	$		49,500	65,000	64,000	35,000
EVALUACION DE CALIDAD			100	96	96	95

* El costo del kw/h considerado en el presente estudio es de N$ 0.32 y está sujeto a cambios por la zona en que se suministre la energía eléctrica.

N.D. No Disponible

Estos modelos son ultra compactos, con una eficiencia luminosa comparable a los modelos de 13 watts sencillos.

☐ EXCELENTE

◧ BIEN

◨ REGULAR

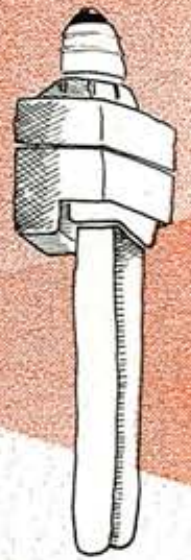
■ DEFICIENTE

LAMPARAS FLUORESCENTES COMPACTAS DE 13 WATTS (sencillas)

			PHILIPS	PHILIPS	OSRAM
MARCA			PHILIPS	PHILIPS	OSRAM
MODELO			PL-S	PL-S-13	
PAIS DE ORIGEN			MEXICO	MEXICO	E.U.
ESPECIFICACIONES TECNICAS	TENSION NOMINAL (Volts)		127	127	127
	FRECUENCIA (Hertz)		60	60	60
	POTENCIA DE LA LAMPARA (Watts)		13	13	13
	POTENCIA DEL SISTEMA (Watts)		N.D.	18	N.D.
	VIDA NOMINAL DURACION (Horas)		N.D.	10,000	10,000
ASPECTOS DIMENSIONALES	CASQUILLO	DIAMETRO 26.1 mm (máx.)	26.1	26.1	26.1
		ALTURA (25.5 mm a 27.0 mm)	26.2	26.2	26.2
	SISTEMA	LONGITUD DEL TUBO (mm)	187.0	188.5	166.0
		LONGITUD TOTAL DEL SISTEMA (mm)	226.0	226.0	216.0
		No. DE TUBOS	2	2	2
POTENCIA ELECTRICA MEDIDA DEL SISTEMA (Watts)			15.9	14.9	16.5
FLUJO LUMINOSO INICIAL (LUMENES)			820	730	748
EFICIENCIA LUMINOSA (LUMEN/WATT)			☐	☐	◧
COSTO DE OPERACION * A 10 000 horas			☐	☐	☐
FACTOR DE RENDIMIENTO ECONOMICO (N$/Hora)			☐	☐	☐
PRECIO	N$		50.00	58.00	48.00
	$		50,000	58,000	48,000
EVALUACION DE CALIDAD			100	100	97

* El costo del kw/h considerado en el presente estudio es de N$ 0.32 y está sujeto a cambios por la zona en que se suministre la energía eléctrica.

N.D. No Disponible



☐ EXCELENTE

◧ BIEN

◨ REGULAR

■ DEFICIENTE

LAMPARAS FLUORESCENTES COMPACTAS DE 15 WATTS

MARCA			OSRAM
MODELO			DULUX EL
PAIS DE ORIGEN			E.U.
ESPECIFICACIONES TECNICAS	TENSION NOMINAL (Volts)		120
	FRECUENCIA (Hertz)		60
	POTENCIA DE LA LAMPARA (Watts)		N.D.
	POTENCIA DEL SISTEMA (Watts)		15
	VIDA NOMINAL DURACION (Horas)		10,000
ASPECTOS DIMENSIONALES	CASQUILLO	DIAMETRO 26.1 mm (máx.)	26.1
		ALTURA (25.5 mm a 27.0 mm)	26.2
	SISTEMA	LONGITUD DEL TUBO (mm)	- - -
		LONGITUD TOTAL DEL SISTEMA (mm)	168.2
		No. DE TUBOS	4
POTENCIA ELECTRICA MEDIDA DEL SISTEMA (Watts)			15.9
FLUJO LUMINOSO INICIAL (LUMENES)			875
EFICIENCIA LUMINOSA (LUMEN/WATT)			□
COSTO DE OPERACION * A 10 000 horas			□
FACTOR DE RENDIMIENTO ECONOMICO (N$/Hora)			□
PRECIO	N$		66.00
	$		68,000
EVALUACION DE CALIDAD			100
CARACTERISTICAS			SISTEMA DE REEMPLAZO TOTAL

* El costo del kw/h considerado en el presente estudio es de N$ 0.32 y está sujeto a cambios por la zona en que se suministre la energía eléctrica.

N.D. No Disponible

Este modelo no permite el intercambio del tubo exclusivamente. Su ventaja es que incluye un balastro electrónico que elimina los parpadeos en el encendido.

□ EXCELENTE

◧ BIEN

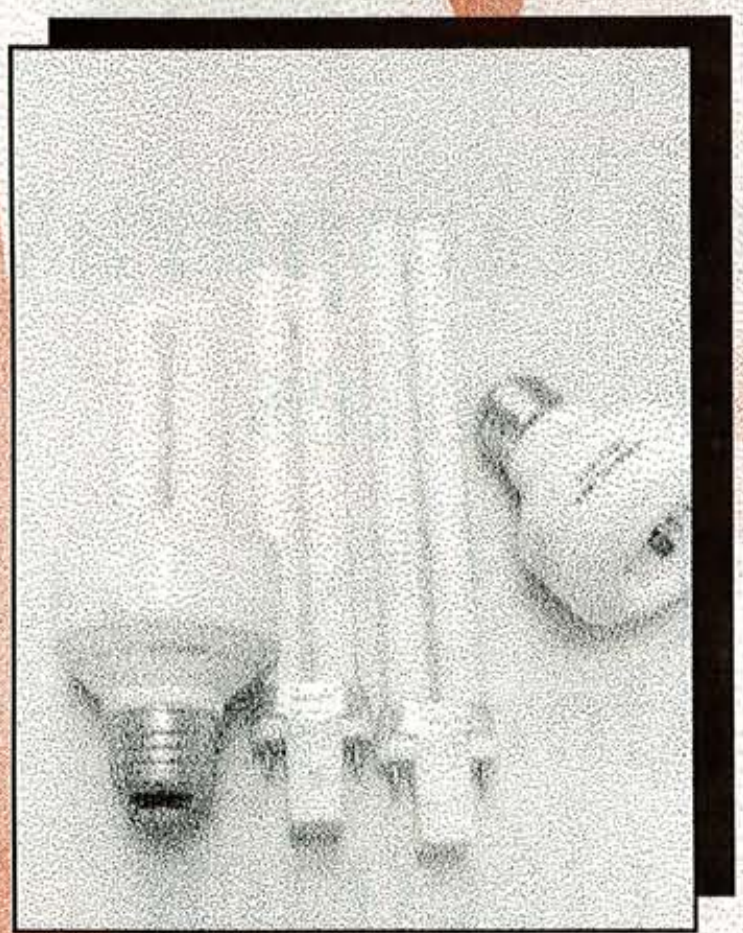
◨ REGULAR

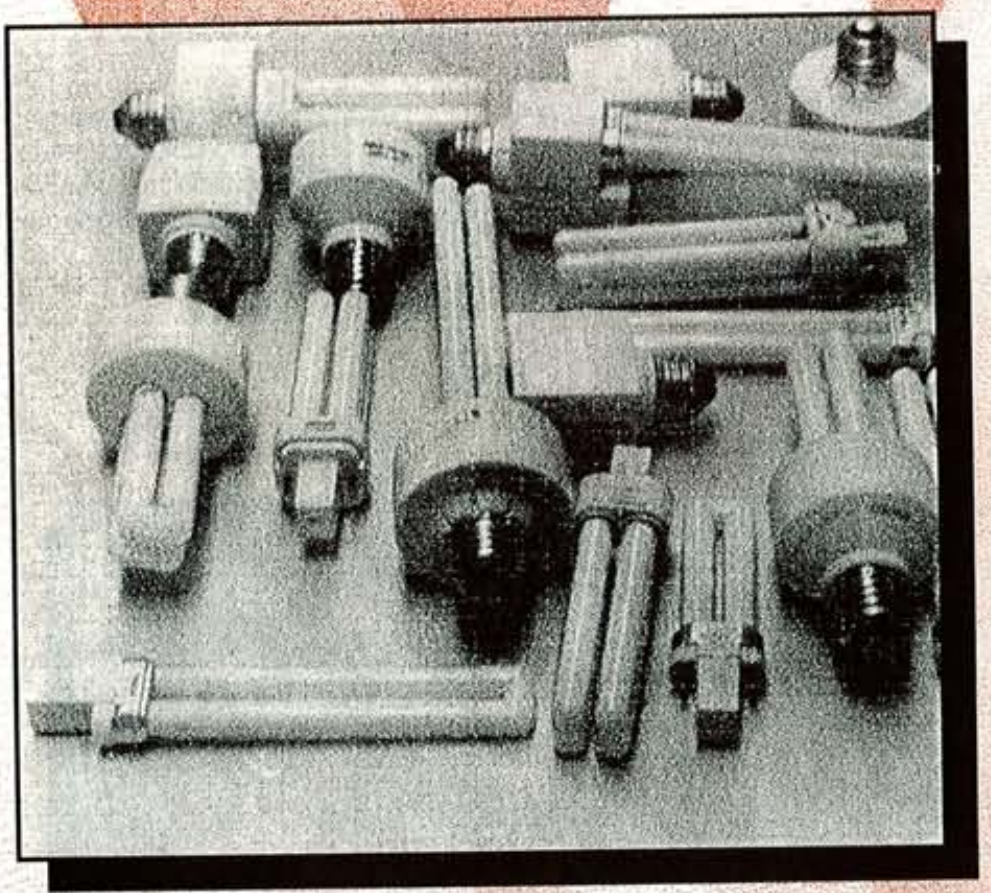
■ DEFICIENTE

Una de las principales preocupaciones que nos atañe a todos los consumidores es el uso racional y eficiente de la energía eléctrica; es por ello que día a día las lámparas fluorescentes compactas del tipo Ahorradoras de Energía Eléctrica, constituyen una solución bastante viable para lograr un notable ahorro.

Por eso, la Procuraduría Federal del Consumidor, durante los meses de noviembre y diciembre del año anterior, se dio a la tarea de llevar a cabo un estudio comparativo de calidad de los sistemas de lámparas fluorescentes compactas con adaptador para *socket* normalizado E-27.

Los resultados obtenidos contemplaron lámparas fluorescentes compactas de 5, 7, 9, 11 y 13 watts (el valor potencial de los watts corresponde al tubo exclusivamente). La siguiente información le permitirá elegir el producto que mejor se adapte a sus necesidades y presupuesto.





Definición

Las lámparas fluorescentes domésticas son un dispositivo propio para la emisión de luz y funcionan mediante una descarga eléctrica originada en el cuerpo del receptáculo de vidrio sobre un gas enrarecido, desencadenando radiaciones ultravioleta que se transforman en luz. La fluorescencia se obtiene gracias al pigmento adherido en el interior del receptáculo de vidrio. La lámpara fluorescente compacta está formada por delgados tubos fluorescentes de 12 mm de diámetro. Se complementan con una base adaptadora que habilita la conexión de la lámpara con el *socket* normalizado a través del balastro, alojado en el interior del adaptador.

Normatividad

Debido a que no existe una Norma Oficial Mexicana especial para las lámparas fluorescentes compactas de 5, 7, 9, 11 y 13 watts, las pruebas se aplicaron con fundamento en las Normas Internacionales (ANSI). En los casos en que no hubo referencia normativa, los investigadores de la Profeco

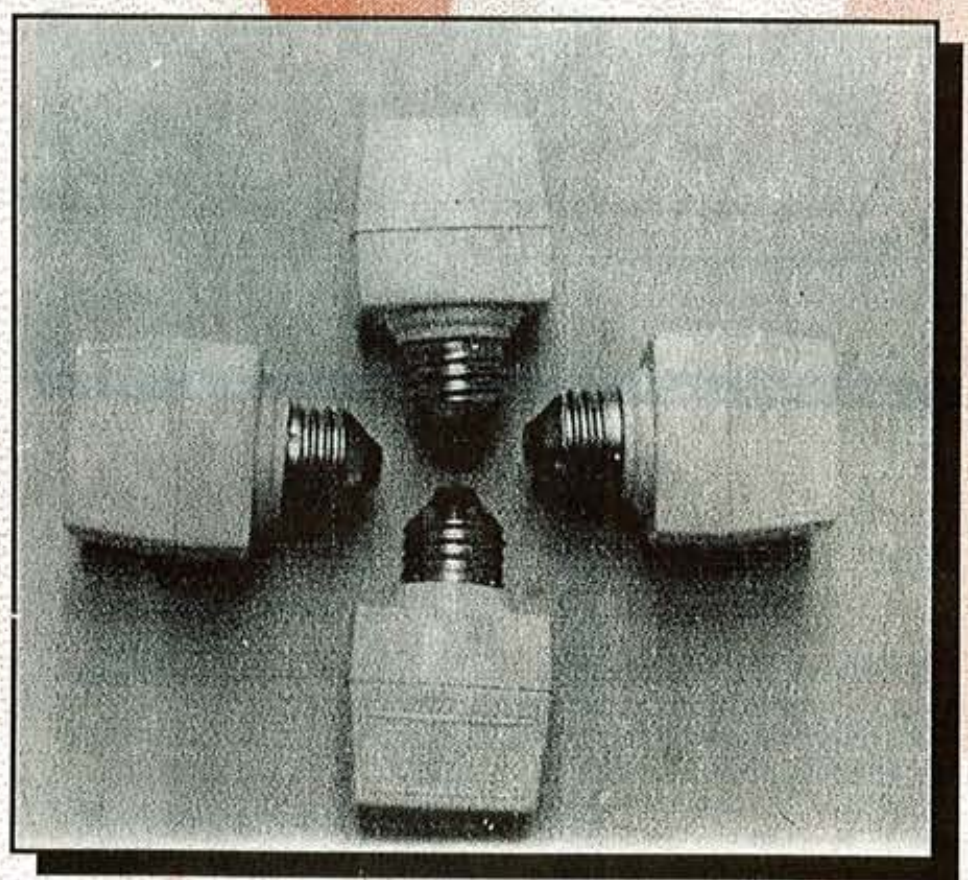
establecieron los métodos y especificaciones con base en valores estadísticos de los estudios llevados a cabo en años anteriores.

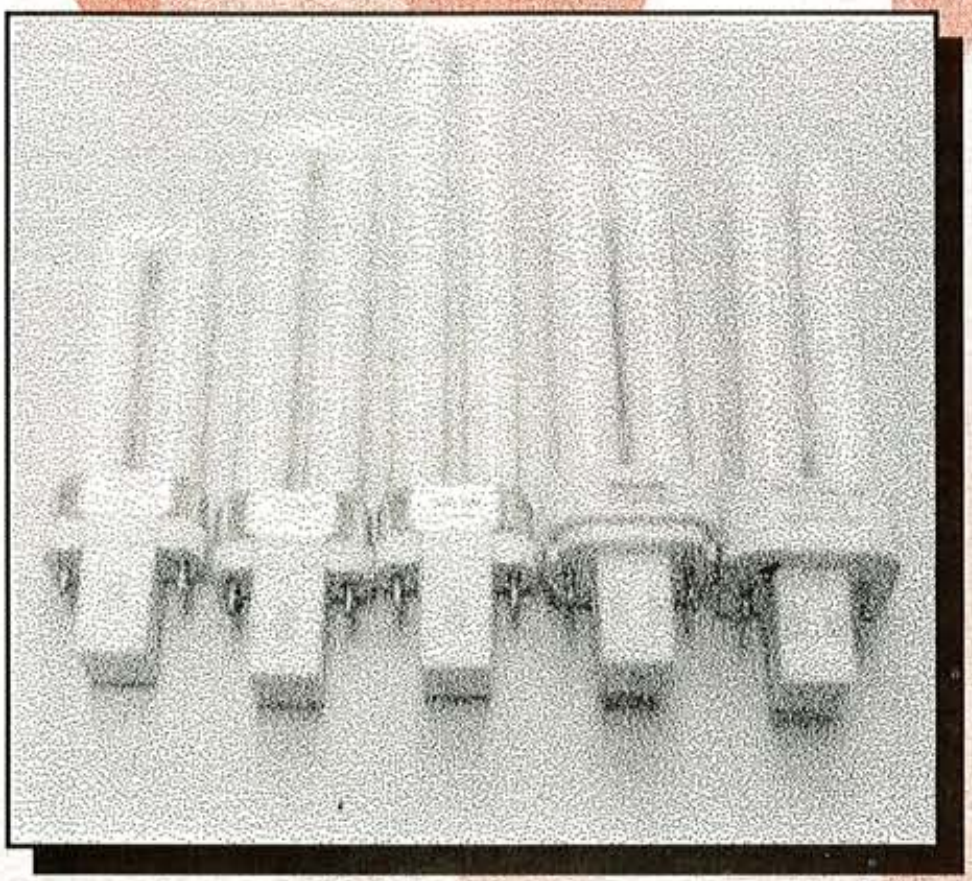
Descripción de pruebas

Información al consumidor: Los datos mínimos que las lámparas deben contener son: marca, modelo, leyenda "Hecho en México" o país de origen, razón social y dirección del fabricante, así como tensión, potencia, flujo luminoso y vida nominal.

Instructivo: Algunas lámparas, dadas sus características de operación, deben contar con instructivo que indique en forma clara y precisa la manera en que requieren ser operadas, cómo instalar los accesorios de la misma e instrucciones de mantenimiento, por lo que en todos los casos se verificó que su información estuviese redactada en idioma español.

Potencia eléctrica: Con esta prueba se determina la potencia consumida por el sistema conformado por la lámpara fluorescente y su correspondiente base adaptadora.





Flujo luminoso: Es la energía luminosa radiada al espacio por unidad de tiempo. Para la medición se utiliza el fotómetro de esfera Ulbrich.

Eficiencia luminosa: Esta prueba consistió en verificar el flujo luminoso emitido por las lámparas al consumirse un watt de potencia.

Costo de operación :Se determina por el consumo de energía durante el tiempo de vida de una lámpara fluorescente compacta.

Factor de rendimiento económico: Es el cálculo que expresa el costo en nuevos pesos por cada hora de funcionamiento de la lámpara fluorescente compacta durante el tiempo total de vida.

Tiempo de amortización de la inversión: Es determinado por el tiempo útil que requiere una lámpara compacta para compensar su alto costo de compra, y a partir del cual se traduce en un ahorro económico considerable.

Ponderación

Se contemplaron tres factores que, en su conjunto, significan calidad y eficiencia a bajo costo. Los porcentajes estuvieron distribuidos de la siguiente manera: eficiencia luminosa con 50 pun-

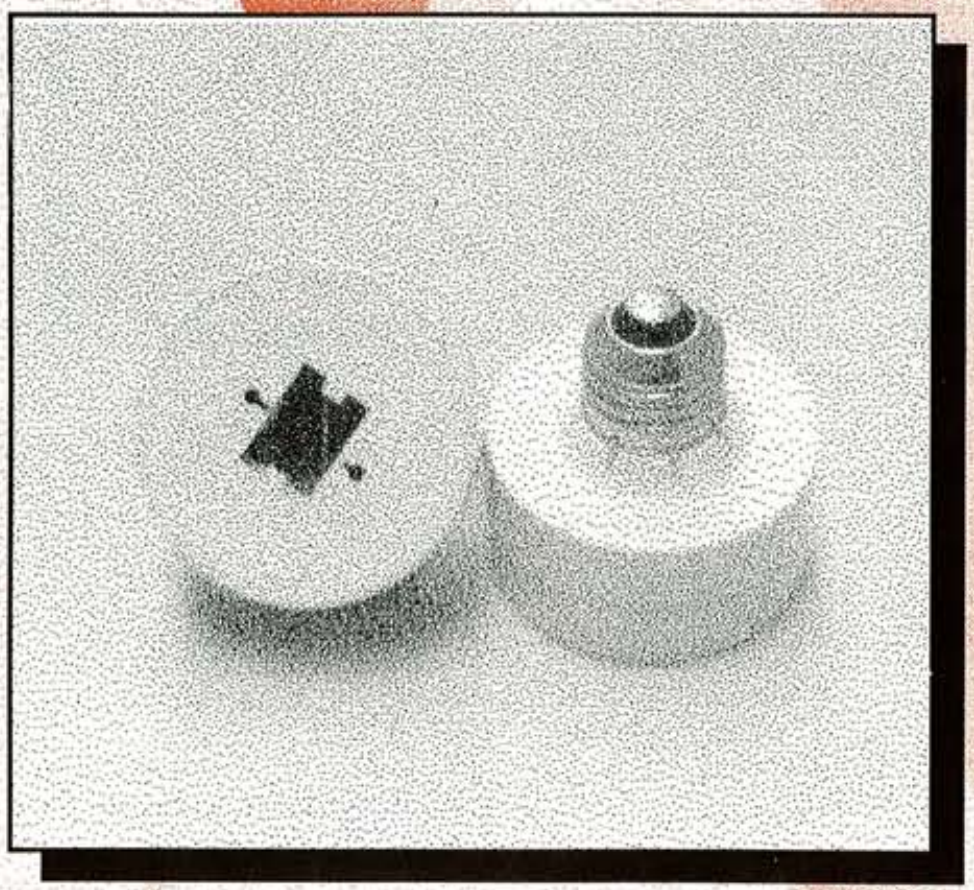
tos, costo de operación a 10 mil horas con 30 puntos, y factor de rendimiento económico 20 puntos, dando como resultado 100 puntos.

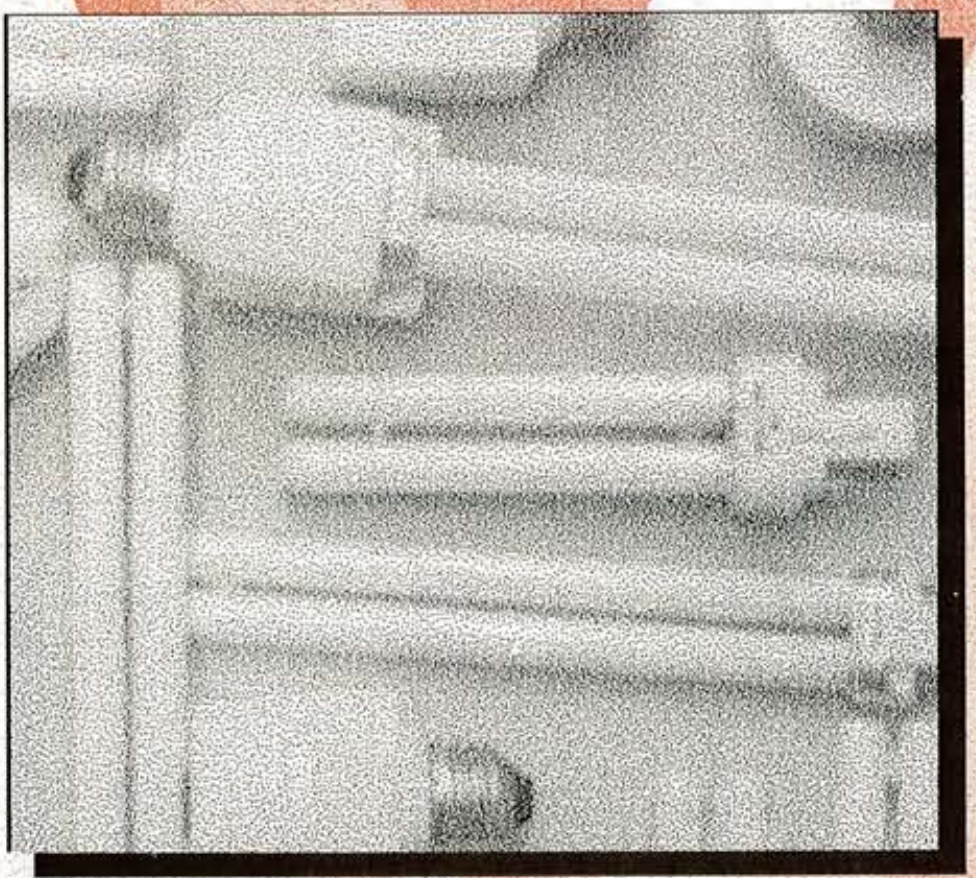
Resultados

Entre las lámparas de menor denominación en potencia, la marca **Osram** modelo *Dulux-s* de 5 watts fue evaluada con excelente calificación al alcanzar 100 puntos. En lo que respecta al bloque de lámparas fluorescentes compactas de 7 watts, todas presentan alto rendimiento y magnífica calidad, destacando la marca **Osram** *Dulux-s*.

Asimismo, todas las lámparas de 9 watts obtuvieron calificaciones aprobatorias en cuanto a eficiencia; **Sylvania**, modelo *SYNXCFS* calificó como la más destacada con 98 puntos, seguida por **Osram** *Dulux-s* con 96 puntos.

Osram ofrece dos sistemas cuya construcción no permite reemplazo alguno de balastro o lámpara. Estos son los modelos *Dulux-E1* de 11 watts y *Dulux-E1* de 15 watts que presentaron una excelente evaluación de calidad con 100 puntos cada una. Su máxima ventaja es la incorporación de un balastro electrónico que regula eficazmente el voltaje de alimentación a la





lámpara y elimina los problemas de parpadeo por medio de un encendido instantáneo.

Dentro del rubro de lámparas de 13 watts se registró un elevado promedio de calificaciones pues la gran mayoría oscilan entre los 95 y 100 puntos, lo que demuestra su alto rendimiento. En el bloque de lámparas sencillas, los modelos *PL-S* y *PL-S-13* de **Philips** evaluaron con 100 puntos. Entre las lámparas dobles -ultra compactas- destacan **Solar** con 100 puntos, seguida de **Philips** *PL-C*.

Elija las lámparas compactas

El foco incandescente es el de más bajo rendimiento luminoso, ya que su operación radica en el calentamiento de un filamento hasta el rojo-blanco, ocasionando que el 95 por ciento de la energía efectiva sea transformada en calor y sólo el cinco por ciento en luz. Por ello, si se desean alcanzar óptimos niveles de iluminación es necesario un suministro alto de energía (40, 60 y 75 watts).

Las lámparas fluorescentes compactas de uso doméstico son una buena opción de compra, pues sólo gastan el 25 por ciento del consumo normal de energía eléctrica que requiere un foco incandescente, proporcionando buenos niveles de iluminación.

El precio de las lámparas fluorescentes compactas es una desventaja apa-

rente, pero en realidad existe un tiempo de amortización de la inversión.

Recomendaciones

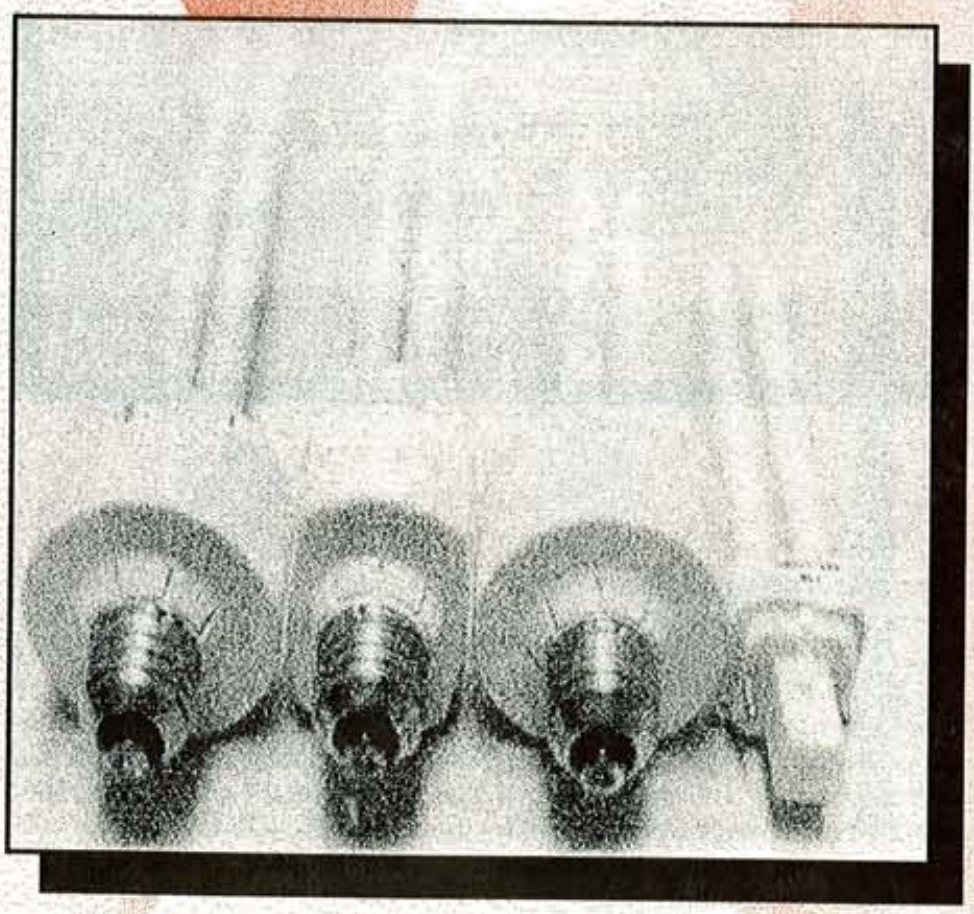
- Este tipo de lámparas en especial operan eficientemente en cualquier posición instalada.

- Para aplicaciones domésticas, su ahorro es aún más significativo en lugares que requieren iluminación por tiempos prolongados. Por ejemplo pasillos, escaleras, jardines, elevadores, muebles o vitrinas.

- Su uso, además de ser muy conveniente en el hogar, es recomendable para hoteles, hospitales, centros comerciales, e iluminación publicitaria, entre otros.

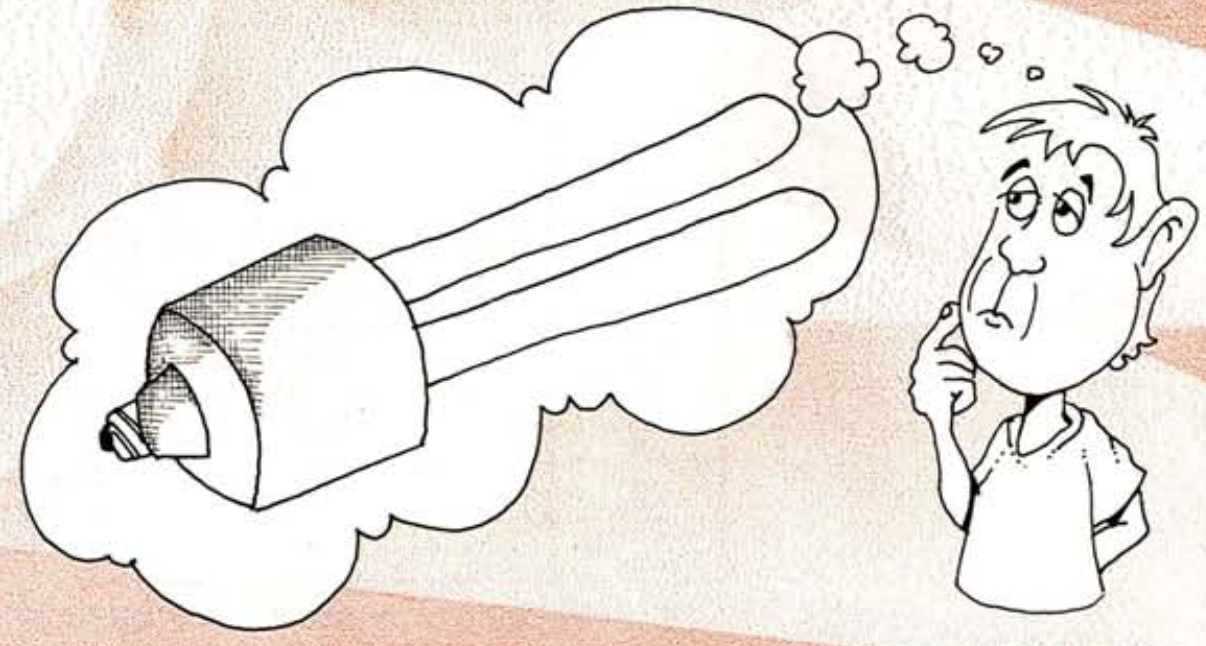
- Para el funcionamiento de las lámparas fluorescentes compactas se deberá usar el balastro y el portalámparas construido especialmente para cada clasificación de potencia.

Nota: Es importante mencionar que una diferencia de siete puntos en la calificación no puede considerarse significativa en el momento de la compra.



CUADRO COMPARATIVO
LAMPARAS FLUORESCENTES COMPACTAS – LAMPARAS INCANDESCENTES (focos)

TIPO	FLUORESCENTE	INCANDESCENTE	FLUORESCENTE	INCANDESCENTE	FLUORESCENTE	INCANDESCENTE
POTENCIA	7	40	9	60	13	75
FLUJO LUMINOSO (lm)	385	490	540	820	790	1070
EFICIENCIA LUMINOSA (lm/w)	38	12	49	13	50	14
VIDA UTIL (hrs)	10,000	1,000	10,000	1,000	10,000	1,000
REEMPLAZO EN 10 000 HRS	1	10	1	10	1	10
CONSUMO DE ENERGIA (watts)	10.2	40	11	60	15.9	75
CONSUMO EN 10 000 HRS (kw)	102	400	110	600	159	750
COSTO DE OPERACION * EN 10 000 HRS (N$)	33.15	130.00	35.75	195.00	51.67	243.75
COSTO DE LAMPARAS (N$)	33.50	15.00	33.60	15.00	56.00	13.00
COSTO TOTAL DE OPERACION (N$)	66.65	131.50	69.35	196.35	107.67	245.05
TIEMPO DE AMORTIZACION DE LA INVERSION (hrs)	2,852		1,464		3,130	

* El costo del kw/h considerado en el presente estudio es de N$ 0.32 y está sujeto a cambios por la zona en que se suministre la energía eléctrica.

Adicionalmente hay que tomar en cuenta que los gastos de sustitución de las lámparas fluorescentes compactas son mucho más bajos ya que duran 10 veces más que un foco incandescente. Por lo tanto el mayor costo de una lámpara fluorescente se compensa en un tiempo corto de amortización por su considerable ahorro de energía. Producen un tono cálido de luz sin generar el calor causado por un foco incandescente.